

The e-Commerce Academy
28 bd Poissonnière
75009 Paris
T. +33 (0) 1 45 63 19 89
contact@ecommerce-academy.fr
<http://www.ecommerce-academy.fr/>

Formation e-Commerce : analyser et optimiser votre business avec **Google Analytics**

Votre boutique e-Commerce est lancée mais vous n'arrivez pas à suivre votre business ? Vous n'avez pas encore franchi le pas mais vous souhaitez maîtriser en amont l'outil leader sur le marché du suivi et du reporting ?

Une journée complète pour apprendre l'essentiel de Google Analytics et apprendre à mieux suivre votre trafic et vos clients

Description

Vendre sur Internet, n'importe qui est capable de le faire. Etre capable d'analyser son trafic, suivre ses ventes et optimiser sa conversion, voilà qui est déjà moins banal !

Pour assurer la pérennité de votre business en ligne, vous devez connaître vos visiteurs, leurs profils, leur fidélité, leur taux de rebond, votre conversion... tout cela en fonction du moyen employé (moteur de recherche, publicité, réseaux sociaux) pour arriver jusqu'à vous ! Mais au-delà de leur provenance et particularités, vous devez savoir quel est le taux d'abandon de panier (aussi appelé « taux d'attrition ») de vos visiteurs, quand et où ils bloquent dans votre entonnoir de conversion, bref vous devez identifier tous les freins internes à votre site e-Commerce afin d'obtenir la meilleure transformation qui soit.

Pour avoir une vue sur tous ces points et parvenir à améliorer la conversion sur votre site, rejoignez-nous pour une formation d'une journée complète sur Google Analytics !

Objectifs

- Maitriser l'interface de Google Analytics et ses fonctionnalités
- Apprendre à analyser les statistiques de votre business : acquisition, conversion, fidélisation
- Définir vos propres indicateurs-clés (KPI) & vos objectifs de conversion
- Mettre en place des tableaux de bord décisionnels et les partager
- Apprendre à interpréter les rapports d'analyse de performance
- Optimiser vos actions marketing par une utilisation optimale de votre budget

Prérequis

- Connaissances sommaires de l'environnement Web
- Avoir suivi au préalable la formation « Webmarketing : les fondamentaux » est un +

Profils

Responsables (web)marketing, e-Commerçants, professionnels du web, étudiants

À l'issue de la formation

Une assistance professionnelle d'une durée de deux heures est assurée par les experts de l'Academy dans les six mois suivant la formation.

Plan de formation

Jour 1

Qu'est-ce que le Web Analytics ?

- Le Web Analytics et ses fondamentaux
 - Lors de cette introduction, vous comprendrez l'intérêt d'analyser votre site e-Commerce afin de repérer les points forts de votre site, débusquer ses points faibles, et ainsi mieux ajuster vos investissements webmarketing
- Les solutions Web Analytics du marché
- Adapter son Web Analytics à son business
 - Votre priorité est-elle un gain de visibilité ? De conversion ? D'avoir de l'audience pour monétiser votre contenu ? Le paramétrage et l'utilisation de la solution est différent en fonction de vos objectifs, nous verrons donc comment adapter la solution à ceux-ci.
- De quoi a-t-on besoin pour démarrer ?
 - Nous ferons la liste des ressources à prévoir dans le cadre d'un suivi analytique

Installation & Paramétrage de Google Analytics

- Différences entre version standard/premium
- Paramétrage de Google Analytics
 - Nous verrons quels sont les cookies utilisés par Google Analytics pour le suivi (historiquement urchin, ga.js, et désormais analytics.js pour universal analytics), les différents types de code d'installation et comment vérifier le bon paramétrage de la solution
- Comment suivre les performances de votre e-Commerce, ainsi que celles de vos campagnes marketing
- Définition d'un plan de marquage/taggage

Définir ses indicateurs clé de performance (KPI)

- Comment définir ses indicateurs clés de performance (KPI) ?

- Les KPI de base (visiteurs uniques, taux de rebond, pages vues par visites, durée d'une session, fidélisation)
- Les KPI spécifiques à un site e-Commerce (ventes, taux de conversion, revenu brut, revenu net, taux d'attrition)

Les bases de Google Analytics : ce qu'il faut savoir

- Fonctions fondamentales de Google Analytics
 - Tableaux de bord, Événements d'alertes, Audience de votre site, Acquisition de votre trafic, Comportements des internautes & Conversions : telles seront les principales fonctionnalités abordées
- Les différents rapports d'audience
 - Tous les internautes ne se ressemblent pas. Nous verrons aussi comment il est possible de segmenter vos visiteurs et d'obtenir des informations très précises sur les spécificités de « vos » audiences
- Distinguer les Sources de trafic
 - Tous vos visiteurs n'arrivent pas via le même canal, tous vos visiteurs n'arrivent pas au même endroit : nous verrons comment distinguer les canaux où vous performez le mieux, ainsi que ceux sur lesquels des efforts doivent être faits.
- Performance du SEO / SEA (Search Engine Optimization = référencement naturel / Search Engine Advertising = référencement payant)
 - Grâce à Google Analytics, vous pourrez distinguer le trafic issu de votre référencement naturel de celui issu de votre référencement payant, et ainsi concentrer vos investissements là où votre SEO est le plus faible
- Les rapports de contenu
 - Les rapports de contenu vont vous permettre d'analyser quels sont les pages, les produits les plus consultés sur votre site, lesquels sont des pages « d'entrée » ou de « sortie » de votre site. Ils vous permettront également d'analyser finement les performances macro ou micro de celui-ci, et bien d'autres choses.
- Distinguer les flux de navigation et les flux de conversions

Visite de Google Analytics

- Visite de Google Analytics par le biais d'un compte réel, actif et paramétré
- Contenu des rapports
 - Génération de divers rapports
- Cas réel :
 - Visite guidée d'un compte Google Analytics e-Commerce

Les outils d'analyse de Google Analytics : en pratique

- Les objectifs : qu'est-ce c'est ?
- Paramétrer ses objectifs et ses entonnoirs de conversion
- Configurer des alertes
- Mettre en place des profils et filtres
- Utiliser les segments avancés
- Comprendre les variables et valeurs
- Suivre et analyser vos moteurs de recherche interne
- Les événements

Analyser et optimiser

- La conversion
- Le comportement des visiteurs
- La segmentation personnalisée
- Le merchandising : par produit et par catégories de produit
- Création de tableaux de bord sur-mesure (en ligne et export Excel)

L'Academy s'engage

Centre de formations e-Commerce de référence

Centre de formations e-Commerce de référence, l'Academy s'engage à proposer des formations e-Commerce garantissant le meilleur retour sur investissement possible. Une méthodologie de travail rigoureuse, une constante adaptation à la réalité des projets, un investissement communautaire constant, garantit un haut niveau d'expertise en formation, conseil et audit.

Professionnalisme et expertise

Certifiés et reconnus par les éditeurs et fortement investis dans la Communauté Francophone, les experts de l'Academy sont en mesure de garantir un niveau d'expertise sans équivalent. Cette expertise, combinée à leurs valeurs de rigueur et d'exigence, est transmise sans aucune rétention d'information dans le cadre des formations. Ainsi, les stagiaires bénéficient des conseils issus des différentes expériences des experts formateurs.

Retour sur investissement

Grâce à des formations adaptées, complètes et en phase avec la réalité des projets e-Commerce, l'Academy est en mesure de garantir un retour sur investissement rapide : une semaine de formation permet ainsi d'économiser 3 à 4 mois d'apprentissage autodidacte. Le support de formation, riche et complété des conseils avisés des experts de l'Academy, permet de retrouver par écrit les points travaillés pendant la formation. De plus, toutes les formations sont accompagnées de deux heures d'assistance professionnelle, dans les six mois suivant la formation.

Approche sur-mesure

Dès votre premier contact avec l'Academy, un expert e-Commerce analyse vos besoins et détermine avec vous la meilleure réponse à y apporter. Une offre de formation riche et adaptée aux besoins de chacun nous permet de communiquer des propositions de formations toujours strictement guidées par les besoins et adaptées à ceux-ci. De plus, les dernières journées des formations dispensées sont dédiées à un travail en détail sur des sujets concrets au choix du stagiaire. Cette approche sur-mesure garantit l'acquisition de connaissances spécifiques tout en ayant parfaitement assimilé l'ensemble des connaissances préalables.

Indépendance et transparence

Centre de formation uniquement, l'Academy n'a aucunement vocation à réaliser des prestations de développement ou d'intégration. L'Academy s'engage donc sur un principe de non-concurrence, et garantit la confidentialité des informations stratégiques qui lui sont communiquées. Centre e-Commerce de référence, l'indépendance de l'Academy vis-à-vis des éditeurs garantit des formations, du conseil et des audits transparents, sans complaisance.