

LE MARKETING DIGITAL

Analytics et mesure de la performance

REF : MC2020023

Le + :

Certificat d'attestation de formation
après réussite de l'examen en ligne

Objectifs :

- Identifier les bons indicateurs de performance
- Analyser les données recueillies afin d'adapter sa stratégie digitale
- Savoir manier les outils spécialisés



Pré-requis : Aucun pré-requis



Pour qui ? : Départements marketing et communication, chefs de projet

Durée : 2 jours (14 heures)

Lieu : Dans nos locaux (cf planning)
Dans vos locaux (> 4 personnes)



Formations associées :

- Référencer son site internet et son application mobile
- Les plateformes publicitaires digitales
- Acquisition et conversion
- Les réseaux sociaux et le community management

CONTENU

- Utiliser les bons outils de diagnostique
- Analyser le trafic web
- Mesurer l'audience
- Analyser les campagnes marketing
- Utiliser l'A/B testing
- Analyser les vues/ clics/ ouvertures
- Analyser sa stratégie de référencement
- Les KPI (Indicateurs Clés de Performance)
- Implémenter des tags
- Utiliser Google Analytics
- Utiliser Google Tag Manager
- Le ROI (Retour Sur Investissement)
- Créer des dashboards (tableaux de bord)
- Adapter les reportings
- Optimiser les actions et campagnes suite à l'analyse des rapports
- Cas pratiques