

Présentation

Objectifs: Permettre aux participants d'utiliser Google Analytics

Public concerné: Webmasters, responsables marketing, chefs de projets

Pré requis: Aucun

Durée: 1 jour

Programme

- * Le référencement naturel
- * Moteurs et métadonnées
- * Le PageRank
- * L'approche marketing du référencement
- * La présence dans les annuaires.
- * Les outils Google (Adwords-Adsense-Google Analytics).

- * Technique des mesures d'audience: fichiers logs et tags.
- * Eléments mesurés: profils des internautes, pages vues, nombre de visites.
- * Indicateurs et ratios significatifs
- * L'outil Google Analytics
- * Installation pour les trois types de sites (Html, Flash, CMS)
- * Le Tableau de bord de Google Analytics
- * Le comportement des visiteurs: analyse géographique, pages vues, temps passé, taux de rebond.
- * Fidélité des visiteurs: dernière visite, durée, nb de pages vues
- * Equipement technique des visiteurs: navigateurs, OS, débit.
- * Sources du trafic: moteurs de recherche, visiteurs directs, sites référents.
- * Analyse du contenu: pages les plus consultées, pages d'entrée et de sorties.
- * Recherches internes au site
- * Objectifs et conversion
- * Rapports personnalisés
- * Liaison avec AdWords