



ANALYSER LE TRAFIC D'UN SITE WEB ET OPTIMISER SON TAUX DE CONVERSION

✓ Mixte ⌚ 4h de coaching / 17h en e-learning € 940 € 🧑 Accessible à tous ⌚ Délais d'accès : 14 jours

🏆 Certification | [Inscrite au Répertoire Spécifique : RS 6236](#)
Analyser le trafic d'un site web et optimiser son taux de conversion

💡 POINTS FORTS ▼

Bon nombre d'organisations restent aveugles quant à la fréquentation de leur site internet. Elles se préoccupent du développement technique, de l'ergonomie et de l'administration des contenus, sans pour autant observer et comprendre les flux générés.

Il existe pourtant des moyens simples, efficaces et gratuits d'analyse de ces flux. Google Analytics, Tag Manager et la Search Console en font partie. Observer et comprendre ces datas, c'est aussi se donner les moyens d'en améliorer la gestion.

Nous avons donc développé une formation courte et opérationnelle afin de permettre à une entité de déployer des outils d'analyse statistique gratuits de ses flux de visiteurs, de savoir manier ces outils, d'en tirer des hypothèses puis d'en déduire des actions d'amélioration. Cette formation se veut abordable pour tout type de public et comprend une dimension pratique importante pour que l'apprenant applique rapidement les savoir-faire au cas concret de son choix.

Cette formation est adossée à la certification "Analyser le trafic d'un site web et optimiser son taux de conversion" éligible au titre du Compte Personnel de Formation (CPF) sous le numéro RS6236 au répertoire spécifique.



RÉSULTATS ATTENDUS

- C1.** Sélectionner et configurer un outil de mesure d'audience adapté aux besoins d'une TPE/PME afin d'initialiser une démarche de suivi et d'analyse statistique
- C2.** Paramétrer des rapports d'analyse d'audience, en identifiant des indicateurs clefs à prioriser dans des tableaux de bord, en sélectionnant les types de rapports souhaités et en les générant, afin de publier les analyses de l'activité d'un site internet de TPE/PME
- C3.** Créer un plan de suivi des parcours utilisateurs sur le site, en sélectionnant un outil de tracking, en définissant les balises, les événements et déclencheurs recherchés, afin de visualiser en détail les comportements des utilisateurs
- C4.** Identifier les freins rencontrés par les utilisateurs sur un site internet, en analysant les données collectées au sein d'un plan de tagging et en observant les parcours utilisateurs, afin d'améliorer le taux de conversion et l'accessibilité d'un site internet
- C5.** Analyser les données de campagnes de marketing digital, en les identifiant dans l'outil d'analyse de trafic sélectionné, grâce à un Tag (une balise), en les segmentant par canal et en s'appuyant sur les résultats statistiques obtenus afin d'en mesurer l'efficacité
- C6.** Optimiser les taux de conversion d'un site Internet, en élaborant une feuille de route comprenant des évolutions fonctionnelles, techniques et d'accessibilité afin d'augmenter la qualité et la quantité du trafic



Cette certification s'adresse aux dirigeants de petites ou moyennes entreprises, ainsi qu'aux collaborateurs et collaboratrices de TPE/PME en charge de la communication ou du marketing de leur structure.



POUR QUI ?



Au moins 3 ans d'expérience dans les domaines de la communication, du marketing et/ou développement web



PRÉ-REQUIS



OBJECTIFS

- Sélectionner et configurer un outil de mesure d'audience
- Paramétrer des rapports d'audience et générer des statistiques de flux pour un site internet
- Interpréter les statistiques de flux
- Modéliser les parcours utilisateurs sur un site internet
- Identifier les freins à la conversion sur un site internet
- Elaborer une stratégie d'amélioration de trafic web
- Dresser la cartographie des actions à mener à court et moyen terme
- Mettre en place les bonnes pratiques pour consulter/analyser/gérer les flux au quotidien



RESSOURCES TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

- Accès à une plateforme d'e-learning
- Outil de visio-conférence : Zoom / Google Meet
- Espace collaboratif
- Quiz interactifs
- Documents de supports sur l'espace collaboratif
- Études de cas concrets



ÉVALUATION DES RÉSULTATS

- Lors de l'évaluation, le candidat présente un cas pratique d'analyse et d'optimisation du trafic d'un site web. Le candidat s'appuie sur un support de type PowerPoint lui permettant d'exposer et justifier ses différentes phases de travail. La présentation comprend :
 - une analyse de trafic web sur un site internet
 - un plan de repérage des parcours utilisateurs
 - un plan d'action à mettre en oeuvre pour améliorer les taux de conversion du site.
- L'ensemble du dossier répond aux objectifs et besoins stratégiques d'une TPE/PME. Toutes les compétences du présent référentiel doivent être acquises pour obtenir la certification.
- Feuilles de présence / Relevé de connexion / Espace collaboratif
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

SÉLECTIONNER ET CONFIGURER UN OUTIL DE MESURE D'AUDIENCE ADAPTÉ AUX BESOINS D'UNE TPE/PME

COMPARER LES OUTILS DE MESURE D'AUDIENCE EXISTANTS

SÉLECTIONNER UN AUDIT DE MESURE D'AUDIENCE EN FONCTION DES MOYENS D'UNE STRUCTURE

CONFIGURER UN COMPTE ET INSTALLER LES EXTENSIONS NÉCESSAIRES

MESURER ET ANALYSER LES FLUX DE VISITEURS SUR UN SITE INTERNET VIA UN OUTIL DE MESURE D'AUDIENCE

COMPRENDRE LES ENJEUX LIÉS AUX FLUX DE VISITEURS

CONNAÎTRE ET COMPRENDRE LES STATISTIQUES CLEFS DÉLIVRÉES PAR CE TYPE D'OUTIL DE MESURE

PILOTER L'INSTALLATION DE L'OUTIL DE MESURE D'AUDIENCE SUR UN SITE INTERNET

MAÎTRISER LES DIFFÉRENTES FONCTIONNALITÉS DE L'OUTIL SÉLECTIONNÉ

ANALYSER LA FRÉQUENTATION D'UN SITE INTERNET ET ÉMETTRE UN RAPPORT STATISTIQUE

ANALYSER LES PARCOURS UTILISATEURS SUR UN SITE INTERNET ET IDENTIFIER LES FREINS À LA CONVERSION

ETABLIR UN PLAN DE TAGGAGE

SCHÉMATISER LA NAVIGATION DES VISITEURS SUR LES PRINCIPALES PAGES D'UN SITE INTERNET

ANALYSER LES COMPORTEMENTS DES UTILISATEURS SUR LES PRINCIPALES PAGES

IDENTIFIER LES FREINS À LA CONVERSION ET LES PROBLÈMES D'ACCESSIBILITÉ WEB

PROPOSER DES ACTIONS D'AMÉLIORATION DE LA CONVERSION

PROGRAMME DÉTAILLÉ

IDENTIFIER DES AXES D'AMÉLIORATION DES PERFORMANCES D'UN SITE À PARTIR DES DONNÉES ISSUES DE RAPPORTS STATISTIQUES

DÉFINIR DES OBJECTIFS DE PERFORMANCE

HIÉRARCHISER L'IMPORTANCE DES INDICATEURS CLEFS POUR UNE ENTITÉ

DÉTERMINER DES ACTIONS PERTINENTES EN VUE D'OPTIMISER LES FLUX D'INTERNAUTES SUR LE SITE

ELABORER UNE FEUILLE DE ROUTE POUR L'AMÉLIORATION DE L'AUDIENCE DU SITE

PLANIFIER LE CONTRÔLE ET L'AMÉLIORATION CONTINUE DU TRAFIC SUR UN SITE INTERNET GRÂCE À UN OUTIL DE SUIVI D'AUDIENCE

METTRE EN PLACE DES BONNES PRATIQUES SIMPLES ET ACCESSIBLES

PLANIFIER LA MISE EN PLACE DES ACTIONS D'AMÉLIORATION TECHNIQUES

ANTICIPER LA GESTION DE PROJET INDUITE

ORGANISER DES REPORTINGS ET DES ANALYSES DE STATISTIQUES RÉGULIÈRES À PARTIR DE L'OUTIL SÉLECTIONNÉ

PLANIFIER L'AMÉLIORATION CONTINUE DU "TRAFFIC MANAGEMENT"



AVIS CPF

4,98/5

**BASÉ SUR 159
STAGIAIRES**