

# Formation Google Analytics - Analyser le trafic de son site web

## [Digital / Web](#)

Référence de la formation : **W251**

Villes : **Strasbourg, Colmar, Mulhouse**

Découvrez les secrets de Google Analytics pour analyser et comprendre votre audience et ainsi optimiser vos performances en ligne.



**En présentiel**



**Accessible**

Durée : **1 jour (7 heures)**

Tarif Inter : **495 € net**

[Tarif intra sur demande](#)

*Mise à jour le 28 août 2025*

Comment mieux comprendre le comportement de vos visiteurs sur votre site web et prendre des décisions éclairées basées sur les données récoltées ?

Grâce à notre formation, vous serez en mesure d'utiliser Google Analytics de manière efficace et stratégique pour améliorer les performances de votre site web.

Google Analytics vous permet de collecter des données sur le trafic de votre site web. Vous pourrez ainsi interpréter les données et rapports pour obtenir des informations précieuses sur vos visiteurs. Vous aborderez les fonctionnalités de suivi des objectifs et de création de tableaux de bord personnalisés ce qui facilitera vos prises de décisions.

## Objectifs de la formation

- Comprendre les notions de bases du tracking web
- Implémenter Google Analytics sur un site web
- Organiser la veille statistique depuis l'interface de Google Analytics
- Assurer la collecte et l'interprétation statistique de fréquentation d'un site

## A qui s'adresse la formation ?

### Public

Tout Webmaster, E-marketeur, Chargé de référencement, responsable E-Business, marketing ou communication

### Pré-requis

Aucun

## Les points forts de la formation ?

Un pc par participant en salle de formation et un connexion internet haut débit

Travaux pratiques

## Programme de la formation

### 1. L'analyse statistique d'un site web

- Découvrir le tracking web
- Compter et interpréter
- Mesurer et analyser

### 2. Les bases de Google Analytics

- Installer : principe de fonctionnement
- Créer un compte Google
- Installer des codes de tracking sur un site web
- Maîtriser les bases du reporting : profils et administration, rapports et graphiques, comparaisons, annotations
- Paramétrer : gestion de compte, création de profils et aperçu des différents rapports disponibles, administration des accès utilisateurs
- Mettre en place des filtres prédéfinis

### 3. Etude de l'audience

- Analyser les données sur les visiteurs et les sessions de visite
- S'informer sur le matériel
- Interpréter la qualité de l'audience par rapport aux objectifs de son site

### 4. Statistiques sur l'acquisition

- Comprendre les sources de trafics
- Analyser comparativement les différents canaux d'acquisition de l'audience
- Interpréter et prioriser les leviers d'optimisation de son site

### 5. Métriques de comportement

- Visualiser les flux
- Détecter les pages de sorties
- Détecter les anomalies dans le fonctionnement de son site

## 6. Mesure des conversions

- Définir le terme « conversion »
- Analyser les metrics en E-commerce

## 7. Utilisation avancée de Google Analytics

- Mettre en place des objectifs personnalisés et l'entonnoir de conversions
- Se connecter avec un compte Adwords pour une analyse croisée de la performance des campagnes publicitaires
- Créer des codes de suivi personnalisé (exemple suivi d'un emailing)
- Créer des tableaux de bord personnalisés
- Mettre en place des rapports automatiques hebdomadaires

# Modalités de la formation

## Modalités pédagogiques

Apports théoriques et applications concrètes Exemples et échanges

Application et mise en œuvre

## Organisation

Formation présentielle

## Évaluation des connaissances

L'intervenant vérifie régulièrement au cours de la formation le degré d'atteinte des objectifs pédagogiques à travers des exercices d'application, des simulations ou des études de cas

## Validation de la formation

ATTESTATION D'ÉVALUATION DES ACQUIS

ATTESTATION DE SUIVI DE FORMATION

# Chiffres clés

**93 %**

de recommandation en 2024

**90.5 %**

de satisfaction en 2024

**7266**

nombre de stagiaires en 2024