

CATALOGUE DES FORMATIONS



« GOOGLE TAG MANAGER & GOOGLE ANALYTICS »

Durée de la formation : 1 journée

Tarif : 400€ HT/jour/personne

Effectif formé : 2-6 personnes

Déroulé de la journée :

Cours théorique de 10h00 à 12h00

Ateliers pratiques de 13h30 à 17h30

Profils-cible de la formation : Chefs de projet, Directeurs clientèle et Directeurs de pôle

Pré-requis :

Savoir réaliser des campagnes media online

Les objectifs :

1. Savoir choisir des indicateurs pertinents, et savoir définir un reporting actionnable
2. Construire son plan de taggage Google Tag Manager et mettre en place du tracking avancé pour Google Analytics
3. Pouvoir vérifier la correcte remontée des données et faire la recette d'une implémentation sur chaque outil
4. Savoir exploiter les données de webanalyse pour évaluer la performance d'un site
5. Savoir configurer Google Analytics et Google Tag Manager
6. Comprendre les enjeux liés à la mesure de la performance d'un mix-media marketing digital et cross-canal
7. Connaître les typologies d'analyses (et technologies associées) permettant de mesurer le ROI des campagnes media online :
 - Attribution
 - Contribution (économétrie)

Plan de la formation :

A. Rappel sur l'intérêt de la webanalyse et du tag management

B. Collecter des données

- Les méthodes de collecte de données
- Les méthodes d'implémentation de Google Analytics : en dur vs via un TMS
- [Atelier] Construire son plan de marquage
- [Atelier] Configuration Google Tag Manager
- [Atelier] Recetter une implémentation GA + GTM

C. Paramétrer Google Analytics

- Interface Google Analytics : présentation et navigation
- Structure d'un compte et best practice : compte, propriétés, vues
- Les fonctionnalités clés à configurer : objectifs, filtres, suivi recherche interne, dimensions personnalisées, ecommerce amélioré etc.
- Focus mesure de la performance media :
 - [Atelier] Construction d'un template de tracking UTM pour le suivi des campagnes médias
 - [Atelier] Configurer ses canaux personnalisés

D. Analyser la performance

- Segments avancés : utilité, configuration et manipulation
- Rapports personnalisés : utilité, configuration et manipulation
- Tableaux de bords Google Analytics : utilité, configuration et manipulation
- Autres solutions de reporting fréquentes :
 - Supermetrics
 - Google Data Studio
 - Tableau
- [Atelier] Analyses de la performance des campagnes médias

E Ouverture sur les sujets plus avancés

1. Les enjeux du « multitouch » dans un contexte cross-canal

- Les reflexes à avoir pour un suivi et une analyse efficace des performances d'un mix-media cross-canal :
 - Réunifier les données : Analytics x CRM pour un RCU enrichi
 - Encourager à la navigation en environnement loggué
- Présentation des approches de mesure de performance d'un mixmedia :
 - L'attribution : modèles et fenêtre
 - Les analyses de contribution : présentation de Mazeberry.

2. Pérenniser et fiabiliser le tracking analytics

Les bonnes pratiques à suivre pour garantir un suivi continu, exhaustif et fiable du comportement des utilisateurs :

- Procédure de non-régression
- Tests unitaires par les développeurs
- Synchronisation sur les cycles de release produit

3. Activer ses données : DMP, Marketing Automation, AB Testing, Personnalisation, etc.



« E-MARKETING (COMMUNICATION & LEVIERS E-MARKETING) »

Durée de la formation : 1 journée

Tarif : 400€ HT/jour/personne

Effectif formé : 2-6 personnes

Déroulé de la journée :

Cours théorique de 10h00 à 12h00

Ateliers pratiques de 13h30 à 17h30

Profils-cible de la formation : profils axé communication, marketing ou publicité

Pré-requis :

Avoir des connaissances de base en communication et marketing

Les objectifs :

Comprendre et maîtriser les outils digitaux et leurs leviers de promotion, principalement les réseaux sociaux, pour optimiser votre présence sur le web et votre notoriété auprès de vos cibles.

I. Cours théoriques :

CONFÉRENCE : "Compréhension et appréhension des outils e-marketing et réseaux sociaux"

Mise en exergue de leur utilité et de leur importance dans vos stratégies de communication.

Développer et maîtriser l'image de marque de vos établissements

Augmenter la notoriété des établissements

Identifier les leviers d'acquisition de trafic et de conversion des réseaux sociaux.

Explication de la mécanique liée au social média : - Recruter - Animer - Fidéliser

Stratégie de contenu : Quel ton adopter sur les réseaux sociaux ?

Comment être créatif et pertinent ?

Comment savoir convaincre en peu de mots ?

Coût moyen des contacts et logique de retour sur investissement

II. Ateliers pratiques :

Mise en pratique des connaissances acquises lors du cours théorique

Comprendre les subtilités de la rédaction de contenu pour intéresser à la fois les internautes et plaire à Google.

Valoriser ces contenus sur les réseaux sociaux

Réalisation de campagnes sur les réseaux sociaux avec l'aide de l'intervenant

Remise d'un mémorandum de formation incluant :

- L'ensemble des sujets abordés lors du cours théorique
- Les procédures et les bonnes pratiques appliquées lors de la création des campagnes sur les réseaux sociaux durant les ateliers pratiques.



« WEBMASTERING - GESTION ET ADMINISTRATION DU SITE »

Durée de la formation : 1 journée

Tarif : 400€ HT/jour/personne

Effectif formé : 1-3 personnes

Déroulé de la journée :

Cours théorique de 10h00 à 12h00

Ateliers pratiques de 13h30 à 17h30

Profil-cible de la formation : profils axés communication, marketing ou publicité

Pré-requis :

Avoir des connaissances de base en communication et marketing

Les objectifs :

Être capable d'administrer les différents contenus de son site soi-même

I. Cours théoriques :

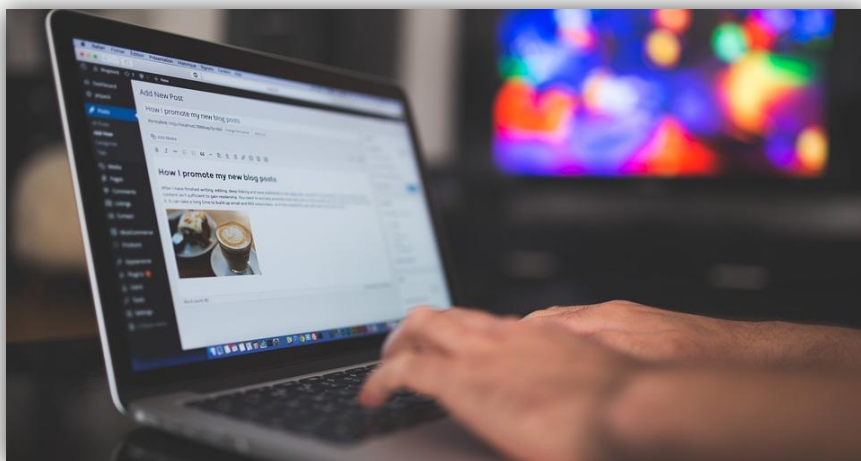
- Formation à la gestion du back office d'administration
- Création d'infographies et création de contenus web
- Création de nouvelles pages
- Gestion de l'arborescence
- Intégration des contenus sur toutes les pages du site
- Intégration des contenus sur les formats écrans, tablettes et mobiles
- Réécritures et intégration des contenus SEO : balises, titres, urls, méta-descriptions, metakeywords, éditoriaux et maillage du site
- Adaptation des contenus du site
- Déclinaison de la charte éditoriale en fonction des résultats de l'audit

II. Ateliers pratiques :

Mise en pratique des connaissances acquises lors du cours théorique

Remise d'un mémorandum de formation incluant :

- L'ensemble des sujets abordés lors du cours théorique
- Les procédures et les bonnes pratiques appliquées lors de la création de pages et l'intégration de contenus



FORMATIONS SUR-MESURE

Si vous ne trouvez pas ce dont vous avez besoin dans notre catalogue, n'hésitez pas à nous contacter directement.

Nous pouvons mettre en place des formations sur-mesure correspondant au maximum à vos besoins : problématiques spécifiques à votre entreprise ou marché, effectif à former, profils type, formations de durée supérieure...

Par ailleurs, toutes nos formations sont accompagnées d'un mémorandum de formation incluant :

- L'ensemble des sujets abordés lors du cours théorique
- Les procédures et les bonnes pratiques appliquées lors des cours pratiques

N'hésitez pas à nous contacter pour échanger sur ce sujet :

09 72 52 46 12

OU

contact@ng-agency.fr



NOS CLIENTS



Et peut-être bientôt vous ?



NEW GENERATION AGENCY

23, Rue du buisson Saint-Louis, 75010 Paris • Standard : 09 72 52 46 12 / 06 59 14 09 57

Ligne Commerciale : 06 59 09 31 29 • Mail : contact@ng-agency.fr

© Tous droits réservés