



# ANALYSER SON SITE WEB

En reconnaissant les spécificités propres à l'analyse d'un site web dans le domaine du tourisme, cette formation offre aux participants l'opportunité de développer des compétences adaptées à leurs besoins propres. Ils seront en mesure de prendre des décisions éclairées pour maximiser la conversion des visiteurs en réservations, analyser les performances de destinations et d'offres spécifiques, comprendre les comportements des utilisateurs tout au long du cycle de décision, et évaluer l'expérience utilisateur pour améliorer la fidélisation des clients. L'analyse tiendra également compte des saisonnalités particulières et des comportements différents des visiteurs, avant, pendant et après leur déplacement.

## OBJECTIFS

- Pouvoir identifier les évolutions réglementaires et technologiques de l'analyse d'audience et des sites
- Être capable d'utiliser des outils de web analytics et d'audience pour optimiser la performance du site
- Savoir définir ses indicateurs de performance
- Pouvoir identifier les actions d'amélioration de la performance de son site web

## PROGRAMME

### Introduction : un site web pour quoi faire ?

Analyser son site web – dans quel(s) but(s) ?  
Comment le site web s'intègre dans une stratégie de communication plus globale, digitale et physique

### Evolutions réglementaires et technologiques de l'analyse d'audience

L'impact du RGPD dans la collecte et la gestion des données personnelles  
Le bandeau cookies et le recueil du consentement  
Les différentes possibilités de conformité RGPD pour les outils web  
Publicité en ligne et bassins d'audience : qu'est-il encore possible ?

### Présentation des outils de web analytics et d'audience

Qu'est-ce qu'un outil de web analytics ? Qu'en attend-on ?  
Définition des concepts clés : visiteurs, visites, sources, taux de rebond, événements, ...  
Panorama et différences des outils web analytics (Google Analytics, Matomo, Piwik, Clarity, ...)  
Outil de suivi du référencement : Google Search Console

### Définir ses indicateurs de performance

Quel tableau de bord analytics pour votre activité ? qui va le lire ? pour quelles actions ?  
Vidéo : apprendre à mesurer et évaluer plutôt que compter  
Définition des KPI critiques à votre activité  
Modélisation papier/crayon du tableau de bord idéal  
Outil de tableau de bord : Google Looker Studio

### Utiliser les outils de web analytics

Démonstration de l'utilisation de Google Analytics et Matomo pour collecter des données liées au comportement utilisateur, sur la base des tableaux de bord définis avant  
Mise en place de suivi avancé (clics, téléchargements, formulaires)  
Définition d'objectifs, entonnoirs de conversion  
Outil de gestion des balises : Google Tag Manager

### Identifier les actions d'amélioration

Définition de la performance (vitesse, fluidité, compatibilité tous supports, référencement)  
Identification des facteurs de performance (hébergeur, CMS, contenu, ...)  
Outils d'analyse de la performance : carte de chaleur (heatmap), enregistrement de session, positionnement référencement  
Compléments sur les tableaux de bord avec des indicateurs de performance

## DUREE

2 jours

## PUBLIC

Personnes en charge la stratégie de communication / marketing ou en ayant connaissance

## Pré REQUIS

Avoir un site web

## PEDAGOGIE

De nombreux exercices de mise en pratique.  
Elaboration d'un projet.  
Echanges entre professionnels sur des situations vécues.  
Apports théoriques.  
Modèles de tableaux de bord.

## EVALUATION

Auto-évaluation de positionnement par entretien ou questionnaire.  
Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions.  
Quizz ludique sur le web analytics.

## INTERVENANTS

Selon le thème de la formation, CQFD sélectionne un pédagogue possédant une expérience significative, une maîtrise opérationnelle et un profil particulier : sophrologue, psychologue, neuropsychologue, ergonome, ergothérapeute, senior manager, chef de cuisine, gouvernante, journaliste, animateur, ex-policier, etc...

## TARIFS

### En INTRA

3.000 € net à payer pour un groupe ≤ 2 stagiaires puis +50€ par stagiaire supplémentaire  
+ déplacement selon lieu  
Dates à convenir en commun

### En INTER

Voir notre calendrier pour les dates et les tarifs des sessions

Vidéo de présentation

