

WEB

Évaluer LES PERFORMANCES e-marketing



OBJECTIFS

Connaître les indicateurs clés, choisir son outil de mesure d'audience, intégrer l'outil, définir des actions suivant les résultats obtenus.

PUBLIC

Commerçants, artisans, TPE/TPI - PME/PMI.

PRÉREQUIS

Savoir utiliser Internet de manière globale.

PÉDAGOGIE

Essentiellement basée sur l'activité de chaque participant, l'animateur s'appuie sur du « vécu » et propose des actions concrètes à mettre en œuvre.

DURÉE

14 heures (présentiel).



CONTENU DE LA FORMATION

Les indicateurs clés

- Rappel du fonctionnement des moteurs de recherche
- La terminologie
- Pages vues
- Visites
- Visiteurs
- Taux de rebond

Choisir son outil

- Choisir entre les solutions payantes et gratuites
- Le comportement face au moteur de recherche
- Définir son tableau de bord personnel

Intégration

- Quelques notions de codage
- Les modules existants
- Intégration « manuelle »

Suivi et actions

- Savoir lire et interpréter les résultats
- Les leviers possibles