

La grande majorité des dirigeants est aujourd'hui consciente de l'importance du développement du site internet de leur entreprise. Des outils de web analyse gratuits et payants existent pour leur permettre d'évaluer le comportement de leurs clients et prospects et, le cas échéant, d'apporter les correctifs nécessaires. En se formant au **Web Analytics**, de nombreux acteurs de l'entreprise (dirigeants, chargés des ressources humaines, responsables marketing...) peuvent acquérir les moyens d'analyser les grands indicateurs de performance et mesurer l'audience de leur site internet.

Qu'est-ce que le Web Analytics ?

Le **Web Analytics** a pour objet de mesurer le trafic d'un site web, en collectant et en regroupant des données. Il analyse finement les comportements et les interactions des visiteurs sur le site en question. Quelles sont les pages les plus consultées ? Combien de temps passent les utilisateurs sur le site ? Quel est leur parcours de navigation ?

Les informations ainsi collectées seront utilisées pour optimiser une application, un site web classique ou d'e-commerce. En fonction des résultats de l'analyse, les améliorations à apporter pourront bien entendu se concentrer sur l'ergonomie du site web et ses performances mais aussi sur une redéfinition plus large de la stratégie marketing et commerciale. La réalisation d'un audit des performances d'un site web est donc souvent riche d'enseignements.

Des outils pour mesurer l'audience de votre site internet

Google Analytics et Matomo Analytics figurent aux premiers rangs des solutions de web analyse.

Google Analytics est un outil gratuit qui donne accès à des statistiques et à des informations détaillées. Il vous permettra de mesurer la capacité de votre site web à attirer de nouveaux visiteurs et à fidéliser vos clients. Autre avantage de cet outil, il fonctionne grâce à un code de traçage élaboré sous Javascript qui s'installe automatiquement sur chacune des pages de votre site internet.

Matomo Analytics est reconnu comme **l'une des meilleures alternatives à Google Analytics**. Vous pourrez observer les actions réalisées par les visiteurs de votre site internet, notamment les clics sur les liens externes et les téléchargements.

Depuis la mise en place du RGPD, la protection des données représente un enjeu essentiel.

Un article comparatif entre Matomo et Google Analytics peut vous aider à avoir un aperçu des avantages et des inconvénients de chacune de ces deux solutions en la matière.

« Le Web Analytics permet aux entreprises commerciales de mieux connaître les comportements et les habitudes de leurs clients. Anticiper les besoins de la clientèle représente un avantage concurrentiel considérable. Expertisme vous propose une large gamme de formations pour relever ce défi. »

Laurent Rignault - fondateur et CEO d'Expertisme

Des formations opérationnelles pour utiliser efficacement les outils du Web Analytics

Plusieurs formations pratiques et adaptées aux besoins des entreprises sont susceptibles de vous permettre de mieux maîtriser les principaux outils du Web Analytics.

Comment bâtir son plan de marquage sur Google Tag Manager ?

Le **plan de marquage** permet d'adapter l'outil de web analyse choisi à l'architecture de votre site internet. Pour cela, de nombreux codes Javascripts sont ajoutés sur les pages de votre site web, afin d'assurer le suivi de votre analyse d'audience. Ces tags facilitent la remontée des données stratégiques vers votre **solution Web Analytics (Google ou Matomo)**.

La conception d'un plan de marquage est une opération complexe qui nécessite de suivre une formation dispensée par un prestataire expert du Web Analytics.

Google Analytics et Matomo Analytics

Les formations suivantes :

- Maîtriser Google Universal Analytics,
- Pilotez efficacement votre audience avec Google Analytics 4
- Mesurer votre audience avec Piwik/Matomo Analytics

ont pour objectif de vous apprendre à paramétrer et à utiliser ces deux solutions de web analyse. Vous pourrez ainsi optimiser votre site, après avoir analysé vos indicateurs de performance, et mesurer l'impact de vos actions sur le ROI.

Apprendre l'AB-testing avec Google Optimize

L'AB-testing permet de tester différentes versions d'une même page web et de déterminer, par l'emploi d'une méthode scientifique, celle qui est la plus efficace et qui génère le meilleur taux de conversion. Cette formation vous permettra de maîtriser **Google Optimize**, l'outil d'AB-testing proposé gratuitement en ligne par Google.

L'avis des Experts d'Expertisme

La réussite d'un site web ne doit pas être laissée au hasard. Vouloir générer du trafic sans effectuer un travail d'analyse sur le comportement de ses lecteurs serait une démarche purement approximative, ce qui n'est pas souhaité, y compris pour un site qui fait autorité. Car une méconnaissance du parcours des internautes sur son site consisterait à ignorer le processus qui encouragerait ceux-ci à se transformer en clients ou en abonnés.

En utilisant les outils du Web Analytics, vous serez en mesure d'identifier les atouts et les points faibles de votre site web. Vous pourrez suivre le comportement de vos visiteurs et mesurer leur taux de rebond. Autant d'informations qui vous permettront de définir une stratégie digitale pertinente.

L'Agence Expertisme vous propose de nombreuses formations au Web Analytics ainsi que d'autres prestations de services et d'expertises.

Nous vous invitons à consulter le catalogue des formations d'Expertisme et à nous contacter pour nous faire part de votre projet.