

## Le suivi des sources de trafic

## Web analytics

Les rapports liés aux sources de trafic

- Les rapports liés aux sources de trafic

Le tracking de campagne, webanalyse

La charte de tracking

RGPD

AdBlockers

Attribution Marketing /

- Les différents modèles d'attribution

Les objectifs de l'action sont les suivants :

### Description :

- Comprendre le fonctionnement des outils de web analyse

- Maîtriser les principaux KPIs et savoir les interpréter

FORMATIONS COMPLÈTES

- Appréhender les enjeux associés au suivi du trafic et des conversions

Une formation pour comprendre le fonctionnement des outils de web analyse / Maîtriser les principaux

KPIs et savoir les interpréter / Appréhender les enjeux associés au suivi du trafic et des conversions

- Aller plus loin en associant Analytics et CRO

- Connaître les contraintes techniques actuelles dues au RGPD, aux adblockers...

### Particularités :

Votre formateur : Yann, le cadreur de l'acquisition de trafic !

### Aperçu :

Expert digital depuis plus de 17 ans, lauréat de la meilleure campagne digitale multicanal (SMX Paris

2017), fondateur de l'agence IKOVA spécialisée en trafic et analytics, il accompagne les équipes

principales et marketing de grands comptes dans l'amélioration de leur performance digitale. Plus de 200

- Site Centric Vs User centric

- Part de marché

Heureux Groupama, Sedexo, Lectra, Malakoff Médéric, Coca-Cola, Gemo, Celio, Sanofi, LVMH,

Marketing et Stage... Il intervient par ailleurs pour la grande école de commerce Audencia au sein

du Master Spécialisé Strategies Marketing à l'Ère Digitale (MS SMED).

Afin de garantir la qualité des échanges, cette formation se tiendra pour un minimum de 5 inscrits

Les variables à connaître en priorités

- Les différents types de campagnes

- Les métriques "quanti"