

Devenez expert de l'analytics, la personnalisation et la connaissance client (PART 1)

Programme Pédagogique Détaillé

Dernière mise à jour le 3 décembre 2024

Présentation générale	1
Pré-requis	2
Niveau requis	2
Contenu	2
Durée	4
En présentiel	5
Lieu d'accueil	5
Modalités et délais d'accès	5
Tarif	5
Moyens pédagogiques	5
Moyens techniques	5
Moyens d'encadrement	6
Modalités d'évaluation	6
Accessibilité aux personnes en situation de handicap	6
Contact	6

Présentation générale

Dans un monde où les données dirigent les décisions, cette formation immersive de deux jours vous transformera en expert de l'Analytics et de la personnalisation client. Apprenez à exploiter la puissance des données pour segmenter vos audiences, optimiser vos funnels de conversion, et personnaliser les parcours clients pour une expérience inoubliable.

Une formation de 2 jours (14H) organisée en 2 parties :

Jour 1 : Maîtriser l'Analytics et segmenter son audience

Jour 2 : Personnalisation et parcours client avancé (3 juin)

Publics-cibles :

Professionnels du marketing, du digital et de la data.

Managers et chefs de projets e-commerce ou CRM.

Toute personne souhaitant approfondir ses compétences en analytics et personnalisation client. Professionnels du marketing, du digital et de la data.

Pré-requis : Maîtrise des concepts fondamentaux de l'analyse de données. > Familiarité avec les plateformes telles que Google Analytics et CRM. Ordinateur portable avec accès à internet & accès à GA 4 ou autres outils d'Analytics pour les exercices pratiques.

Niveau requis : Débutant, Intermédiaire,

Objectifs pédagogiques :

À l'issue de la formation **sur 2 jours**, les participants seront capables de :

- Définir et utiliser des KPIs pertinents pour une analyse efficace.
- Construire des tableaux de bord adaptés aux objectifs marketing.
- Utiliser Google Analytics 4 et d'autres outils de web analytics avancés.
- Identifier et exploiter des segments clients pour personnaliser les campagnes.
- Optimiser les funnels de conversion à partir de données analytiques.
- Cartographier et améliorer des parcours clients omnicanaux.

CONTENU :

Jour 1 : Maîtriser l'Analytics et segmenter son audience

1. Maîtriser l'Analytics

Les fondamentaux de l'Analytics

- Introduction à l'Analytics : concepts clés et importance dans les stratégies digitales.
- Types d'Analytics (descriptive, prédictive, prescriptive) et leurs applications.
- Collecte et structuration des données : comprendre les sources (site web, applications, CRM, etc.).

- Cas pratique : identification des KPIs (Key Performance Indicators) pertinents pour une entreprise fictive.

Les principaux tableaux de reporting

- Les tableaux de bord : rôles et objectifs.
- Comment construire un tableau de reporting efficace (choix des indicateurs, fréquence, présentation).
- Étude de cas : création d'un tableau de bord personnalisé pour une campagne marketing.
- Outils à utiliser : Google Data Studio, Tableau, Power BI.

Analyse des données et interprétation

- Comment analyser les données pour tirer des enseignements actionnables.
- L'importance du contexte dans l'interprétation des résultats.
- Cas pratique : analyse d'un jeu de données réelles pour découvrir des tendances de comportement client.

Optimiser son utilisation de Google Analytics 4

- Introduction à Google Analytics 4 (GA4) : les nouveautés et différences par rapport à Universal Analytics.
- Paramétrage et création d'événements dans GA4.
- Cas pratique : mise en place et suivi d'événements spécifiques sur GA4.

Les Autres solutions de web Analytics

- Adobe Analytics, Matomo, et autres alternatives à Google Analytics.
- Comparatif des solutions : forces, faiblesses et particularités.
- Quand et pourquoi utiliser des solutions alternatives.

12h30 - 13h30 : Pause déjeuner

2. Segmentation basée sur les données

Segmenter et comprendre son audience

- Définir et segmenter ses clients en fonction des données démographiques, comportementales, et transactionnelles.
- Les différents types de segmentation : RFM (Récence, Fréquence, Montant), segmentation par intérêt, etc.
- Cas pratique : création de segments de clients pour une campagne e-commerce.

3 - Optimiser son funnel de conversion à partir de l'Analytics

- Utilisation de l'analytics pour identifier les faiblesses du funnel de conversion (taux d'abandon, taux de conversion).
- Techniques d'optimisation du funnel : retargeting, messages personnalisés, optimisation UX.
- Cas pratique : analyse d'un funnel de conversion et proposition d'améliorations.

4 - Améliorer l'expérience client grâce à l'Analytics

- Comment l'analyse des données peut révéler des insights sur les attentes et besoins des clients.
- Utilisation des données pour anticiper les besoins et proposer des expériences plus fluides.
- Étude de cas : analyse d'un parcours client multicanal et identification des leviers d'amélioration.

Durée : 7 heures

En présentiel

Lieu d'accueil : 57 avenue Franklin Delano Roosevelt- 75008 Paris

Modalités et délais d'accès

Les sessions sont déployées en inter-entreprise, selon un calendrier disponible sur le site <https://formations.ebg.net/content/inter-entreprise>

Tarif :

Formation accessible dans le cadre d'une « adhésion EBG premium » ([cliquez ici pour en savoir +](#)) ou encore en souscrivant à 1 accès formation auprès de notre organisme de formation Faculté.s ([cliquez ici](#) pour consulter nos modalités).

Moyens pédagogiques

Chaque participant reçoit, en début de formation, un questionnaire de positionnement pour mieux comprendre la nature du projet visé par le participant et mieux apprécier les compétences de conduite de projet déjà acquises. Les résultats sont communiqués aux formateurs pour mieux comprendre le profil et les besoins des participants à la formation et adapter l'accompagnement en fonction des projets.

La formation repose sur une alternance entre apports théoriques, ateliers pratiques, et études de cas réels.

Outils : logiciels d'analyse (Google Analytics, Tableau, Power BI).

Moyens techniques

La formation est proposée en présentiel.

La salle de formation dispose de l'ensemble des équipements nécessaires à l'accueil des participants et à la réalisation de la formation : tables, chaises, vidéo-projecteur, paperboard, crayons et stylos, post-it, connexion Internet.

L'accueil des participants se fait dans le respect du Protocole sanitaire applicable aux organismes de formation.

Le formateur et les participants signent, par demi-journée, une feuille d'émargement.

Moyens d'encadrement

La formation est assurée par un formateur expert dans la thématique ciblée, disposant d'une expérience professionnelle significative sur la thématique ainsi que d'une expérience significative en termes d'animation de formation.

Un CV des formateurs est disponible, sur demande.

Modalités d'évaluation

Les participants devront compléter, avant le début de la session, un formulaire de positionnement pour apprécier le niveau de chacun sur les compétences visées par la formation.

La pédagogie alterne apports théoriques, ateliers pratiques, et études de cas réels.

Une attestation de réalisation est remise à chaque participant à l'issue de la formation.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Cette formation est ouverte au plus grand nombre, et notamment aux personnes en situation de handicap. Une attention particulière sera portée, dans le cadre du processus d'inscription, pour comprendre la nature de la situation de handicap et envisager les modalités d'adaptation ou de compensation les plus adéquates. N'hésitez donc pas à nous contacter pour en discuter ensemble, en toute confidentialité.

Contact

Contactez nous :

Olga SEBE

07 80 91 18 65

Formations@ebg.net