PROGRAMME DE FORMATION.

WEBANALYTICS ET INTRODUCTION AUX BASES DE GA4.

Pratique et théorie

La déclaration d'activité de formation d'ATI4 Group SAS a été réalisée auprès du Préfet de la région Grand-Est, enregistrée sous le numéro 446 706 588 67. 3 Allée d'Helsinki, 67300 Schiltigheim Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat » (article L.6352-12 du code du travail).

VERSION 1 | 19/11/2026 | JORIS HART

Le contenu de ce document est la propriété de la société Ati4 Group, ne devra pas être copié ni complètement, ni partiellement, ni être reproduit par quelque méthode que ce soit. Ce contenu ne devra pas être divulgué à une personne étrangère à la société sans l'accord écrit préalable de la société Ati4 Group.

Ati4 Group SAS
3 allée d'Helsinki
67300 Schiltigheim
ati4group.com

01 Description.

La formation SEO et SEA est conçue pour vous offrir une compréhension approfondie des techniques d'optimisation pour les moteurs de recherche (SEO) et de publicité payante (SEA). Vous apprendrez à analyser et à interpréter les données Webanalytics pour améliorer la performance de vos sites et campagnes.

02 Objectifs pédagogiques.

- Apprendre à analyser et à interpréter les données Webanalytics
- Améliorer les performances de ses sites et campagnes
- Découvrir les fonctionnalités de Google Analytics 4
- Implémenter des stratégies basées sur les données

03 Public.

Professionnels issus du digital et du web.

04 Pré-requis.

Expérience dans le web et/ou le digital.

05 Méthodes pédagogiques.

- Alliage entre théorie et pratique
- Des travaux pratiques sont prévus (TP).
- En présentiel au maximum, évaluation du stagiaire en fin de programme

06 Durée du programme.

La durée du programme est de 15 heures, réparties sur 2 jours.

07 Profil intervenant.

L'ensemble de nos formations sont animées par des formateurs expérimentés possédant une expérience de terrain éprouvée.

Ati4 Group SAS
3 allée d'Helsinki
67300 Schiltigheim
ati4group.com

08 Programme Jour 1.

Introduction.

Durée : 1,25 heures

- Définitions et termes
- Objectifs SMART
- Avoir un plan de mesure
- Étude de cas

Outils de tracking.

Durée : 1,25 heures

- Définition
- Les différentes familles d'outils
- Utiliser les outils sur le web

RGPD.

Durée : 1,25 heures

- Définition
- Origine
- Utilité aujourd'hui
- Les principes directeurs
- L'organisme qui contrôle

Introduction à GA4.

Durée : 1,25 heures

- Google Analytics 4 : c'est quoi ?
- Comment l'installer ?
- Création du compte et compte de démonstration

Interface principale.

Durée : 1,25 heures

- Permet d'avoir une vision rapide sur les données majeurs du site
- Aperçu du trafic en temps réel
- Sessions par canaux
- Quelques insights et recommandation

Les rapports.

Durée : 1,25 heures

- Instantanéité des rapports
- Temps réel
- Cycle de vie
- Utilisation et fonctions des différentes pages
- Search Console via GA4
- Rapports personnalisés

Ati4 Group SAS
3 allée d'Helsinki
67300 Schiltigheim
ati4group.com

09 Programme Jour 2.

Analytics des réseaux sociaux et ADS.

Durée : 3,75 heures

- Introduction
- Les plateformes et les endroits où on peut analyser les données
- Les différents termes et indicateurs à suivre
- Réaliser une stratégie de contenue efficace suite à une analyse
- Aperçu de Business Manager : Analyse d'une campagne

Autres analytics.

Durée : 3,75 heures

- Analytics de Mailing
- Analytics e-commerce
- Analytics du Blogging
- Analytics des SERP

10 Organisation.

Les formateurs.

Cannelle LEMNOS - Experte référencement et stratégie web

Moyens pédagogiques et techniques.

- Salle de formation avec rétroprojecteur
- Espace de Formation avec grand écran
- Connexion Internet filaire / Wifi

Dispositif de suivi et d'évaluation des résultats de la formation.

- Exercices et études de cas tout au long de la formation
- Passage d'un test à la fin de la formation