

Pourquoi et comment mettre la mesure au cœur de votre stratégie Internet ?

INTERVENANT

■ **Hervé Druetz**, Directeur associé, Kerops (société spécialisée dans la génération de prospects sur Internet)

OBJECTIF

■ Mesurer la performance et la rentabilité de ses investissements est devenu indispensable : mesure des campagnes publicitaires et des sources de trafic, analyse du comportement des internautes, mesure des conversions etc. Cette formation vous montre comment faire les bons choix d'investissements, comment mesurer la rentabilité des actions marketing et comment améliorer la performance des dispositifs Internet.

PROGRAMME

9h00-12h15

1. Les mesures sur Internet et leur intérêt pour l'entreprise

- Les types de mesure sur Internet (fréquentation, audience, adserver, webanalytics)
- Les enjeux d'analyse web dans une entreprise...
Que mesurer, et dans quels objectifs ?

2. Mesurer pour générer plus de trafic sur son site

- Les composantes du trafic sur Internet
- Les indicateurs de qualification du trafic
- Exemples d'analyse dans différents contextes : optimisation du référencement, campagne publicitaires, campagne emailing, campagne de liens commerciaux...

14h00-18h00

3. Mesurer pour comprendre le comportement des internautes sur son site

- Typologie des internautes
- Intérêt des contenus et des fonctionnalités

- Comportement des internautes dans le site (pages entrantes, flux sortants)
- Performance et ROI (analyse et optimisation des conversions)

4. De la mesure aux tableaux de bord de suivi du canal Internet

- Les indicateurs de performance
- Construire ses tableaux de bord Internet
- Les outils du marché

Les + de cette formation

- Une formation indispensable pour toutes les personnes amenées à mettre en place une stratégie de communication sur Internet.
- Des outils et des méthodes pour bien mesurer performances et rentabilité.
- De nombreux cas pratiques

Informations pratiques

Public ■ Annonceurs et éditeurs : responsables et chargés de communication, chefs de produits.
■ Agences (médias et communication) et régies publicitaires : directeurs de clientèle.

Durée 1 jour (9h00-18h00) / 7 heures

Date 3 sessions : 19/03/09 ■ 29/09/09 ■ 18/03/10

Tarif 1120 € HT