

Optimiser ses pages web et ses conversions (UX et sciences cognitives)

new
irep

Programme

Introduction et positionnement initial

1. Introduction à l'optimisation de l'expérience digitale

- Le rôle de l'UX et de l'UI dans l'amélioration de l'engagement et des conversions
- L'attention limitée des internautes dans un environnement numérique saturé
- Introduction aux sciences cognitives appliquées aux expériences digitales

2. Sciences cognitives et UX

- Comprendre les mécanismes liés à l'attention des internautes
- Expérience visuelle et prévisibilité du parcours oculaire
- Influence des émotions sur la perception et la mémorisation

Atelier : utilisation des sciences cognitives dans l'optimisation des pages

3. Bonnes pratiques pour améliorer l'engagement et les conversions

- Optimiser l'UX/UI des pages web
- Valoriser la proposition de valeur et les appels à l'action sur les landing pages
- Assurer une accessibilité et une ergonomie optimale des pages web
- Benchmark & études de landing pages

Atelier : Analyse des pratiques sur différentes pages web

4. Méthodes et outils dédiés à l'analyse et l'optimisation

- Méthodes quantitatives : Qui ? Quoi ?
- Méthodes qualitatives : Comment ? Pourquoi ?
- Expérimentation et A/B Testing
- Outils pratiques pour évaluer et améliorer ses pages web

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 390 euros HT

INTERVENANT

Gabriel GASTAUD, Founder & CEO - Viaretina

DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

Atelier : Utilisation des outils pratiques sur ses propres pages web

5. L'IA dans les décisions créatives

- Opportunités et limites de l'IA pour l'optimisation des pages
- Techniques et outils basés sur l'IA afin d'améliorer l'UX

Atelier : Test d'Eye-Tracking prédictif

Ateliers pratiques et analyses de cas réels pour renforcer l'apprentissage

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une journée de formation pour optimiser vos pages web en utilisant l'UX et les sciences cognitives, afin d'augmenter l'engagement et les conversions grâce à des bonnes pratiques et des exemples concrets

COMPÉTENCES VISÉES

- Optimiser le design et l'UX des pages web pour maximiser l'engagement et les conversions
- Identifier et résoudre les points de friction affectant l'expérience des visiteurs et le taux de conversion
- Utiliser les sciences cognitives et des outils d'analyse avancés pour améliorer les performances des pages web

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Être concerné par l'optimisation de contenus en ligne (professionnels du marketing, de la communication et du design)

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

sur place ou à distance



Photo par Ben Kolde sur Unsplash

CH:1 Stratégie marketing digital I DM8

Inscription, renseignements, intra ou sur-mesure : 06 25 64 17 77 - inscription@mediainstitute.eu