



SAVOIR EXPLOITER LES DONNÉES WEB ANALYTICS ET DATAMINING

840 € HT (tarif inter) | REF : -WEB959
TARIF SPÉCIAL : particuliers et demandeurs d'emploi

Mettre en place une stratégie et une méthodologie pour gérer la présence et l'engagement de la marque ou de l'entreprise auprès de ses communautés.

PROGRAMME

Introduction aux données web analytics et datamining

- Introduction aux données web analytics et datamining.
- Les indicateurs clés de performance.
- Les outils de mesure de la performance en ligne.
- Analyser les résultats et les tendances.

Les différents outils de web analytics

- Les différents outils de web analytics.
- Configurer les outils de mesure de la performance en ligne.
- Les technologies utilisées pour collecter et traiter les données.

Les rapports

- L'analyse des données.
- L'interprétation des résultats.
- L'utilisation des données pour prendre des décisions marketing.

Introduction au Datamining

- Comprendre les concepts clés du datamining (segmentation, prédiction, clustering, etc.).
- Présentation des outils de datamining disponibles (IBM SPSS Modeler, RapidMiner, etc.).
- Utilisation de l'outil de datamining pour analyser des données en profondeur.
- Interprétation des résultats obtenus à partir de l'analyse de données.
- L'utilisation du datamining pour améliorer sa stratégie marketing.

Les outils de Web Analytics

- Les outils de Web Analytics et leurs fonctionnalités.
- Mesure de l'efficacité d'une campagne publicitaire.
- Analyse des taux de conversion.
- Analyse du comportement des visiteurs sur un site web.

Mise en pratique et cas pratiques

- Utilisation des outils de datamining pour l'analyse de données.
- Utilisation des outils de Web Analytics pour l'analyse du comportement des visiteurs sur un site web.
- Analyse de cas pratiques et mise en application des connaissances acquises.

Analyse de données avec Excel

- Présentation de l'interface Excel et de ses fonctionnalités.
- Utilisation des fonctions de base pour manipuler des données.
- Construction de tableaux de bord avec des graphiques et des indicateurs clés de performance (KPI).
- Analyse de données avec des outils d'Excel (tableaux croisés dynamiques, graphiques dynamiques, etc.).

Travaux pratiques : Construire un tableau de bord avec des graphiques et des indicateurs clés de performance (KPI)



2

JOURS

14

HEURES

OBJECTIFS

Comprendre les enjeux du web analytics et du datamining Savoir collecter, stocker et traiter des données à partir de différents outils Savoir exploiter les données pour en tirer des informations pertinentes et utiles à l'entreprise Savoir interpréter les résultats obtenus à partir de l'analyse de données Être capable de mettre en place des stratégies basées sur les données collectées

PUBLIC | PRÉREQUIS

PUBLIC

Chefs de projet Web Responsables de communication, responsables marketing Attachés de presse

PRÉREQUIS

Connaissance du Community management et des réseaux sociaux

INFOS PRATIQUES

HORAIRES DE LA FORMATION

de 9 h 00 à 12 h 30 et de 13 h 30 à 17 h 00

MÉTHODOLOGIE PÉDAGOGIQUE

Théorie | Cas pratiques | Synthèse

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation qualitative des acquis tout au long de la formation et appréciation des résultats

DATES ET LIEUX

Aucune session ouverte