

Catalogue des Formations

DIGITAL ANALYTICS • TAG MANAGEMENT • PERFORMANCE DIGITALE

2017 • 2018



SHOWME
YOUR DATA

14 rue Rosenwald, 75015 Paris - France • www.showmeyourdata.com

Show me Your Data, EURL au capital de 5000€ • Siret : 528 885 000 11 • TVA : FR 085 28 88 53 53
Centre de formation n°: 11 75 494 10 75 enregistré auprès de la DIRECCTE d'Ile de France le 06/12/2012



« Si vous trouvez que les statistiques sont ennuyeuses, vous regardez probablement les mauvais chiffres. »

EDWARD TUFTE

Statisticien et Économiste - Université de Yale, USA

Show me Your Data

A PROPOS DE NOUS

Show me Your Data est une agence Web Analytique et organisme de formation fondée en 2010. Nos programmes de formation permettent d'aider les entreprises à mesurer et optimiser la performance du Marketing Digital : Sites web, Applications mobiles, Intranets ou Applications métier.

Le domaine d'expertise de Show Me Your Data est le Digital Analytics : implémenter les solutions Analytics ou de Tag Management et identifier les données

qui permettent de prendre les bonnes décisions pour créer de la valeur ajoutée.

Notre métier est de former les Responsables Marketing, Responsables Techniques et Managers de l'écosystème digital pour exploiter au mieux les solutions et outils Web Analytiques tels que : Google Analytics & Google Tag Manager, Tag Commander, Adobe, Digital Analytix (ComScore), IBM Coremetrics, AT Internet ou WebTrends.

Fondateur et Formateur

FABIEN BOURGOIS

Fabien Bourgois, fondateur en 2010 de la société Show Me Your Data, est un expert certifié Google Analytics, comScore Digital Analytix, IBM Entreprise Marketing Management, du programme Google «Making Sense of Data» et Tag Commander.

Il intervient sur les problématique Web Analytique et Marketing Digital au sein de grands comptes internationaux comme sur la gestion opérationnelle de la performance digitale d'agences, ecommerçants et start-ups. En tant que consultant et formateur, il a réalisé des

missions de conseil et formations au cours des 10 dernières années pour des clients prestigieux comme: Alstom, Axa IM, Becquet, Crédit Agricole SA, Dimelo, Eiffage APRR, Etam, Eurodisney, Euronews, Eurosport, GE Healthcare, Jacadi, Kiabi, Kompass, L'occitane, Maisons du Monde, Merck Sharp & Dome, MMA, Orange, Paypal, Procter & Gamble, Puig, Renault, Sisley, SMENO, Wolters Kluwer. Fabien Bourgois est diplômé de l'ESCEM, Master en Management des nouvelles Technologie (2004) et de la faculté du Technopole à Tours, DEUG d'économie et gestion (2000).

Présentation des Formations

Toutes les formations présentées ci-après peuvent être réalisées inter-entreprises (à Paris), intra-entreprises ou sur mesure dans vos locaux (dans la France entière) en français ou en anglais. Tous les tarifs sont indiqués hors taxes et par participant.

1. Google Analytics: Mesurer, Analyser & Optimiser

POUR MAITRISER GOOGLE ANALYTICS

Cette formation d'une journée couvre les aspects les plus essentiels du tracking et de l'analyse de données. Le principal objectif est de pouvoir maîtriser les fonctionnalités essentielles de Google Analytics pour optimiser la performance digitale des vos sites.

Durée : 1 journée

Public : Débutants

Tarif : 850€ HT

2. Google Analytics: Implémentation & Reporting

POUR DEVENIR UN EXPERT ANALYTICS

Cette formation sur 2 jours permet de maîtriser dans sa totalité les fonctionnalités de Google Analytics : stratégie de tracking, reporting avancé via les dimensions et metrics custom, gestion des events via Google Tag Manager et exploitation des données via l'API.

Durée : 2 jours

Public : Intermédiaire

Tarif : 1500€ HT

3. Tag Manager: Maîtriser le Tag Management

POUR LES AGENCES, CONSULTANTS ET DÉVELOPPEURS

Cette formation a pour objectif de vous rendre opérationnel sur la gestion de tags en fonction de règles de gestion complexes, de gérer l'exécution de variables et d'évènements sur mesure. En bref, devenir un expert en Tag Management avec Google Tag Manager.

Durée : 1 journée

Public : Utilisateurs
avancés

Tarif : 1000€ HT

1. Formation Google Analytics • Niveau Débutant

MESURER, ANALYSER & OPTIMISER

Comment passer du tracking à l'optimisation et mettre en œuvre une stratégie de tracking performante ? Cette formation couvre les aspects les plus essentiels du tracking jusqu'à l'analyse de données. Cette méthodologie orientée sur la mesure de la performance se distingue des formations Google Analytics plus orientées sur la simple démonstration des possibilités de l'outil. Au terme de cette session, l'objectif est de permettre aux participants d'inscrire le web analytique au cœur de leur stratégie digitale.

Durée : 1 jour (8 heures)

Tarif : 850€ HT par participant

PROGRAMME DE LA FORMATION:

Définir une stratégie de tracking performante

- Rappel des fondamentaux du Web Analytique : vocabulaire, principes et finalité
- Adapter le tracking à sa stratégie, ses dispositifs marketing, ses ressources et son modèle économique
- De la collecte de données à l'analyse et l'optimisation
- Les ressources à mettre en œuvre pour développer un projet analytique

Paramétrage de Google Analytics et des dispositifs de tracking

- Définition d'un plan de marquage
- Paramétrage de Google Analytics
- Tracking des campagnes marketing
- Tracking des réseaux sociaux
- Tracking de l'eCommerce

Les concepts de base de Google Analytics

- Fonctions et concepts de base de Google Analytics
- Exploiter les rapports d'audience
- Comprendre les rapports Sources de trafic
- Analyse de la performance du SEO et SEM (via Adwords)
- Les rapports de contenu
- Comprendre les flux de navigation et les flux de conversions

Les fonctions avancées de Google Analytics

- Paramétrage des objectifs et des entonnoirs de conversion
- Exploitation des segments avancés
- Mesure des moteurs de recherche interne
- Rapports d'évènements et dimensions custom (Universal Analytics)

Comment définir ses indicateurs clé de performance (KPI)

- Comment définir ses indicateurs clé de performance ?
- Les indicateurs clés de performance de base (taux de conversion, taux de rebond, pages vues par visites)
- Les indicateurs clés de performance par typologie de sites (eCommerce, génération de leads, contenu)

L'analyse de données et des processus d'optimisation

- Analyse de la conversion
- Analyses comportementales des visiteurs
- Analyse de données via les segments personnalisés
- Analyse de la performance du merchandising : par produit et par catégories de produit
- Analyse des campagnes via les modèles d'attribution : first click, last click et Multitouch
- Création de tableaux de bord personnalisés dans l'interface
- Création de tableaux de bord personnalisés dans Excel avec l'API

INFORMATIONS DÉTAILLÉES SUR LA FORMATION 1

Prochaine dates : 2ème Semestre 2017

- Vendredi 6 Octobre 2017 à Paris : 140 bis, rue de Rennes, 75006
- Vendredi 20 Octobre 2017 à Paris : 140 bis, rue de Rennes, 75006
- Vendredi 1er Décembre 2017 à Paris : 140 bis, rue de Rennes, 75006

Objectifs pédagogiques

- Savoir définir une stratégie de tracking
- Savoir paramétrer Google Analytics
- Maîtriser les concepts de base de Google Analytics
- Exploiter les fonctions avancées de Google Analytics
- Choisir des indicateurs de performance
- Démarrer l'analyse de données Web

Compétences visées

- Gestion de projet Web Analytique
- Analyse de données Web
- Assurance qualité Web Analytique
- Se Préparer à la certification GA

Public visé

- Responsables marketing
- Chefs de projet
- Traffic managers
- Consultants
- Webmasters

Prérequis

Aucune connaissance technique spécifique n'est nécessaire pour suivre cette journée de formation, cependant il est indispensable de comprendre le fonctionnement de base d'un site Web et le concept de performance digitale.

Modalités techniques et pédagogiques

- Ordinateur portable requis
- WIFI à disposition
- Support de formation projeté sur écran
- Support de formation remis au terme de la formation
- Exercices pratiques après chaque présentation théorique
- Cas pratique sur votre site Web

Suivi et évaluation

- Exposés théoriques illustrés par des Ateliers.
- Evaluation des compétences post exercice pratique
- Test en ligne d'évaluation en fin de stage

2. Formation Google Analytics • Intermédiaire à Avancé

IMPLÉMENTATION & REPORTING

La formation sur 2 jours complets est orientée aussi bien sur l'implémentation de Google Analytics et Google Tag Manager que sur l'identification des indicateurs clé de performance. Elle se distingue des formations Google Analytics plus orientées sur la simple démonstration des fonctionnalités de base de l'outil. Au terme de cette session, l'objectif est de permettre aux participants d'inscrire le web analytique au cœur de leur stratégie digitale pour répondre à des besoins d'implémentation complexes.

Durée :

2 jours (16 heures)

Tarif :

1500€ HT par participant

PROGRAMME DE LA FORMATION:

Définir une stratégie de tracking performante

- Rappel des fondamentaux du Web Analytique : vocabulaire, principes et finalité
- Adapter le tracking à sa stratégie, ses dispositifs marketing, ses ressources et son modèle économique
- Les ressources à mettre en œuvre pour développer un projet analytique

Paramétrage de Google Analytics et des dispositifs de tracking

- Définition d'un plan de marquage et paramétrage de Google Analytics
- Tracking des campagnes marketing et des réseaux sociaux
- Tracking de l'eCommerce

Les concepts de base de Google Analytics

- Fonctions et concepts de base de Google Analytics
- Exploiter les rapports d'audience
- Comprendre les rapports Sources de trafic, analyse de la performance du SEO et SEM
- Les rapports de contenu, Comprendre les flux de navigation et les flux de conversions

Les fonctions avancées de Google Analytics

- Paramétrage des objectifs et des entonnoirs de conversion
- Exploitation des segments avancés
- Mesure des moteurs de recherche interne
- Rapports d'évènements et dimensions custom (Universal Analytics)

Comment définir ses indicateurs clé de performance (KPI)

- Comment définir ses indicateurs clé de performance ?
- Les indicateurs clés de performance de base (taux de conversion, taux de rebond, pages vues par visites)
- Les indicateurs clés de performance par typologie de sites

L'analyse de données et des processus d'optimisation

- Analyse de la conversion et analyses comportementales des visiteurs
- Analyse de données via les segments personnalisés
- Analyse de la performance du merchandising : par produit et par catégories de produit
- Analyse des campagnes via les modèles d'attribution : first click, last click et Multitouch
- Création de tableaux de bord personnalisés dans l'interface
- Création de tableaux de bord personnalisés dans Excel avec l'API

Implémentation via Google Tag Manager

- La gestion des tags tiers, utilisation du DataLayer, règles de gestion et Macros
- Configuration des pages vues virtuelles
- Le suivi d'évènements
- Les dimensions & métriques Custom
- Le tracking du Social Media et la mesure du temps de chargement
- Le marqueur eCommerce

INFORMATIONS DÉTAILLÉES SUR LA FORMATION 2

Prochaine dates : 2ème Semestre 2017

- Vendredi 29 Septembre & Vendredi 6 Octobre 2017 à Paris : 140 bis, rue de Rennes, 75006
- Lundi 16 & Vendredi 20 Octobre 2017 à Paris : 140 bis, rue de Rennes, 75006
- Lundi 27 Novembre & Vendredi 1 Décembre 2017 à Paris : 140 bis, rue de Rennes, 75006

Objectifs pédagogiques

- Savoir définir une stratégie de tracking
- Savoir paramétrer Google Analytics
- Savoir implémenter Google Tag Manager
- Maîtriser les concepts de base de Google Analytics
- Exploiter les fonctions avancées de Google Analytics
- Choisir des indicateurs de performance
- Démarrer l'analyse de données Web
- Savoir configurer GA avec Google Tag Manager
- Exploiter le tracking avancé avec GTM

Compétences visées

- Gestion de projet Web Analytique
- Analyse de données Web
- Assurance qualité Web Analytique
- Se Préparer à la certification GA
- Plan de marquage GTM

Public visé

- Responsables marketing
- Chefs de projet
- Traffic managers
- Consultants
- Webmasters
- Développeurs
- Agences

Prérequis

La compréhension du fonctionnement de base d'un site Web et du concept de performance digitale est indispensables. La connaissance de JavaScript n'est pas nécessaire bien que la partie GTM soit plus accessible aux développeurs.

Modalités techniques et pédagogiques

- Ordinateur portable requis
- WIFI à disposition
- Support de formation projeté sur écran
- Support de formation remis au terme de la formation
- Exercices pratiques après chaque présentation théorique
- Cas pratique sur votre site Web

Suivi et évaluation

- Exposés théoriques illustrés par des Ateliers.
- Evaluation des compétences post exercice pratique
- Test en ligne d'évaluation en fin de stage

3. Formation Tag Manager • Niveau Avancé

MAITRISER LE TAG MANAGEMENT

La formation est orientée sur l'implémentation de Google Tag Manager et l'identification des indicateurs clé de performance qui seront déclinés en variables custom. Cette formation est unique et véritablement orientée sur l'exploitation de toutes les possibilités des solutions de Tag Management : règles de gestion, Macros, et Tags tiers. Au terme de cette session, l'objectif est de permettre aux participants d'inscrire le tag management au cœur de leur stratégie de tracking pour répondre à des besoins d'implémentation complexes.

Durée :

1 jour (8 heures)

Tarif :

1000€ HT par participant

PROGRAMME DE LA FORMATION:

Paramétrage de Google Analytics avec Tag Manager

- Plan de marquage via Google Tag Manager
- Paramétrage de Google Analytics du DataLayer
- Tracking des campagnes marketing
- Tracking des réseaux sociaux
- Tracking de l'eCommerce via le DataLayer

Implémentation via Google Tag Manager

- La gestion des tags tiers
- Utilisation du DataLayer
- Création de règles de gestion
- Utilisation des Macros
- Configuration des pages vues virtuelles
- Le suivi d'évènements avec les Auto events
- Les dimensions Custom
- Les métriques Custom
- Le tracking du Social Media
- La mesure du temps de chargement
- Le marqueur eCommerce

Cas Pratique

- Implémentation d'Universal Analytics
- Implémentation du DataLayer
- Configuration des règles de gestion
- Configuration des Macros pour les éléments custom
- Configuration des pages vues virtuelles
- Configuration d'évènements avec Auto events

INFORMATIONS DÉTAILLÉES SUR LA FORMATION 3

Prochaine dates : 2ème Semestre 2017

- Vendredi 29 Septembre 2017 à Paris : 140 bis, rue de Rennes, 75006
- Lundi 16 Octobre 2017 à Paris : 140 bis, rue de Rennes, 75006
- Lundi 27 Novembre 2017 à Paris : 140 bis, rue de Rennes, 75006

Objectifs pédagogiques

- Savoir définir une stratégie de tracking
- Savoir implémenter Google Tag Manager
- Savoir configurer GA avec Google Tag Manager
- Exploiter le tracking avancé avec GTM
- Réaliser une implémentation des auto Events

Compétences visées

- Gestion de projet Web Analytique
- Plan de marquage GTM
- Assurance qualité Web Analytique
- Se Préparer à la certification GTM

Public visé

- Développeurs
- Chefs de projet
- Agences
- Consultants
- Webmasters

Prérequis

La connaissance de JavaScript n'est pas nécessaire bien que la formation soit plus accessible aux développeurs.

Modalités techniques et pédagogiques

- Ordinateur portable requis
- WIFI à disposition
- Support de formation projeté sur écran
- Support de formation remis au terme de la formation
- Exercices pratiques après chaque présentation théorique
- Cas pratique sur votre site Web

Suivi et évaluation

- Exposés théoriques illustrés par des Ateliers.
- Evaluation des compétences post exercice pratique
- Test en ligne d'évaluation en fin de stage

Témoignages Clients

«Superbe formation, explications claires avec des cas concrets. Le formateur prend le temps d'expliquer les choses avec des mots simples ce qui rend la formation agréable sur un outil complexe. Je recommande cette formation !»

Procter & Gamble

«Très intéressant, d'autant plus que nous avons pu regarder de près nos propres données et problématiques. Explications claires.»

L'Occitane

«Bonne pédagogie du formateur, qui a su rendre simple et compréhensibles les détails d'un outil complexe. Présentation adaptée à un public hétérogène (marketing, technique)»

Télécommande Express

«La formation a été très satisfaisante avec une approche très large des différents outils et des possibilités offertes par Google Analytics, j'ai eu l'occasion de résoudre tous mes doutes.»

Confidentiel (secteur e-commerce)

«Programme bien pensé, deux journées denses et bien structurées. La progression est facile entre les différentes briques de la formation, retours d'expérience intéressants, formation à 360° qui ne se limite pas qu'à GA et compare les outils disponibles sur le marché.»

Full Six

«Formation aboutie et très intéressante. Formateur charismatique qui maîtrise bien son sujet. Permet de découvrir Google Analytics et d'approfondir beaucoup de sujets / de problématiques. Une connaissance technique basique (html/js) et une utilisation basique de l'outil au préalable, sont de vrais plus pour tirer partie de cette formation.»

Confidentiel (secteur e-commerce)

«Echanges structurants qui établissent un pont entre les analyses Google et Xiti.»

MMA

«10/10, Très bonnes journées avec une théorie et un suivi adapté.»

Confidentiel (secteur e-commerce)

«Formation complète et basée sur des exemples concrets. Formateur maîtrisant parfaitement son sujet et expliquant les sujets de façon pédagogique.»

Yellow Village

«Très bonne expertise de Fabien qui s'adapte aux cas personnels de chaque stagiaire.» -

Come to Paris

«Excellente formation, structurée et bien présentée.»

Confidentiel (secteur e-commerce)

Informations Pratiques

NOUS CONTACTER

Pour obtenir un conseil ou des précisions sur nos formations, pour recevoir un devis pour une formation intra-entreprise :

Envoyez nous un mail : formations@showmeyourdata.com

Contactez nous par téléphone : 01 42 50 11 50

LOCALISATION DES FORMATIONS

Toutes les formations inter-entreprises se déroulent dans Paris dans des salles équipées de projecteurs et d'une connexion WIFI. Le jour de la formations il est indispensable d'être équipé d'un ordinateur portable, des possibilités de prêt à la journée peuvent également être envisagées.

LES TARIFS

Si vous souhaitez vous inscrire à plusieurs formations ou inscrire plusieurs collaborateurs, vous bénéficiez de tarifs dégressifs. N'hésitez pas à nous contacter pour préciser vos besoins.

LES FORMATIONS SUR MESURE

En fonction des enjeux et de la culture d'entreprise, nous analysons vos attentes et étudions vos besoins spécifiques. Nous mettons à votre disposition notre service d'ingénierie pédagogique pour construire une solution adaptée à vos besoins. Cycle de formation sur plusieurs jours, formation en anglais, visio-conférence, ... votre formation est totalement personnalisée en fonction de vos problématiques.

LE FINANCEMENT DE VOTRE FORMATIONS (DIF)

Show Me Your Data est organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro 11 75 49410 75. A ce titre, que vous soyez salariés, chefs d'entreprise ou demandeurs d'emploi, il existe plusieurs dispositifs pour faire financer vos formations. Retrouvez plus d'informations sur le dispositif qui vous correspond sur : www.emploi.gouv.fr

Show me Your Data

14 rue Rosenwald 75015 • Paris

www.showmeyourdata.com/formations

formations@showmeyourdata.com

Tel: +33 (0)1 42 50 11 50