

# Maîtriser Piano Analytics : analyser et piloter la performance digitale (3 jours)

## Objectifs pédagogiques

- Comprendre les principes clés du Web Analytics
- Exploiter les fonctionnalités essentielles de Piano Analytics
- Analyser les comportements utilisateurs et la performance d'un site
- Construire des segmentations pertinentes
- Définir et suivre des KPI adaptés aux enjeux métiers
- Concevoir des tableaux de bord opérationnels
- Analyser les parcours et tunnels de conversion
- Mesurer l'efficacité des campagnes marketing digitales

## Public concerné

- Responsables marketing digital
- Web analysts / data analysts
- Product owners
- Responsables e-commerce
- Chefs de projet digitaux
- Toute personne impliquée dans l'analyse de la performance web

## Prérequis

- Connaissances générales du fonctionnement d'un site web
- Notions de marketing digital
- Maîtrise des outils bureautiques courants

## Méthodes pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et de mises en pratique
- Études de cas issues de contextes réels
- Démonstrations réalisées dans l'outil
- Exercices guidés
- Travaux pratiques individuels ou collectifs

## Moyens pédagogiques et techniques

- Support de cours remis aux participants
- Accès à un environnement Piano Analytics

- Exercices pratiques et cas d'application
- Vidéoprojection des démonstrations

## Modalités d'évaluation

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Mise en situation
- Étude de cas de synthèse
- Évaluation des acquis en fin de formation

## Programme détaillé

### Jour 1 : Prendre en main Piano Analytics

#### Comprendre les fondamentaux du Web Analytics

- Les enjeux de la mesure d'audience
- Les indicateurs clés de performance
- Les principes de collecte de données
- Qualité et fiabilité des données
- Cadre réglementaire : RGPD et CNIL

**Travaux pratiques :** Analyse d'indicateurs de performance et identification des besoins métiers.

#### Découvrir l'environnement Piano Analytics

- Présentation de l'interface
- Navigation dans les différents espaces
- Comprendre le fonctionnement du tracking
- Vérifier les données collectées avec Tag Inspector

**Travaux pratiques :** Prise en main de l'interface et contrôle de la collecte.

#### Réaliser ses premières analyses

- Utiliser Explorer
- Lire et interpréter les données
- Construire des analyses simples
- Exporter et partager les résultats

**Travaux pratiques :** Création de rapports et premières segmentations.

## Jour 2 : Construire des analyses avancées

### Exploiter les données avec DataQuery

- Comprendre la logique de requêtage
- Construire des analyses personnalisées
- Extraire les données utiles à l'analyse

**Travaux pratiques :** Création de requêtes d'analyse avancée.

### Construire des segmentations pertinentes

- Principes de segmentation
- Créer des segments simples et avancés
- Croiser plusieurs critères d'analyse
- Identifier des comportements utilisateurs

**Travaux pratiques :** Création et exploitation de segments métiers.

### Analyser les parcours utilisateurs

- Construire des métriques personnalisées
- Analyser les tunnels de conversion
- Identifier les points de friction
- Introduction aux fonctionnalités d'assistance par l'IA

**Travaux pratiques :** Analyse d'un parcours de conversion et identification d'axes d'optimisation.

## Jour 3 : Piloter la performance digitale

### Définir des KPI adaptés aux objectifs métiers

- Choisir des indicateurs pertinents
- Construire une logique de pilotage
- Structurer l'analyse de performance

**Travaux pratiques :** Définition d'un référentiel de KPI.

### Construire des tableaux de bord

- Concevoir des dashboards efficaces
- Organiser les visualisations
- Partager les tableaux de bord
- Faciliter la lecture des données

**Travaux pratiques :** Création d'un tableau de bord opérationnel.

### Mesurer la performance marketing

- Création URL de Campagne marketing
- Analyser les sources de trafic
- Évaluer les campagnes marketing
- Mesurer les performances d'acquisition
- Identifier les leviers d'optimisation

**Travaux pratiques :** creation URL et analyse complète d'une campagne digitale.

### Synthèse et consolidation des acquis

- Étude de cas globale
- Restitution des analyses
- Questions/réponses
- Bonnes pratiques d'exploitation des données

**Travaux pratiques :** Mise en situation finale autour d'un cas métier complet.