

INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE (KPI) - MESUREZ VOTRE AUDIENCE DIGITALE

Renforcez vos compétences digitales pour atteindre vos objectifs de communication et de performance

Ref. : 3700625**Durée :**
2 jours - 14 heures**Tarif :**
Salarié - Entreprise : 1510 € HT**Repas inclus**

Le pilotage intelligent de vos dispositifs digitaux requiert des KPI clairs et opérationnels?: taux de conversion, sources de trafic, ROI, segmentation, plan de marquage et tableaux de bord. Cette formation intense, structurée sur deux jours, vous apprend à traduire des objectifs stratégiques en données mesurables, à analyser vos indicateurs et à formuler des recommandations ciblées. Vous maîtriserez les outils de suivi, interprétez les données et mesurez efficacement votre audience digitale. Une approche pragmatique pour donner du sens aux chiffres et optimiser vos performances numériques de façon concrète

OBJECTIFS

- Traduire des critères de succès en indices mesurables
- Mesurer, rapporter et traduire des résultats
- Utiliser des outils de mesure et de suivi adaptés
- Interpréter les données, formuler des recommandations stratégiques et mesurer les performances associées

POUR QUI ?

- Journalistes
- Producteurs d'informations
- Chargés de communication

PRÉREQUIS

Avoir une pratique courante de la navigation Web. Idéalement, disposer des codes d'accès aux outils de mesure d'audience

COMPÉTENCES ACQUISES

Comprendre les indicateurs de mesures des projets digitaux et présenter un rapport d'activité et de performance

PROGRAMME

Pendant
Indicateurs clés de performance (KPI) - Mesurez votre audience digitale

Jour 1

Les indicateurs d'audience

- Les sources de trafic et les différents types d'acquisition
- Les conversions et le calcul du retour sur investissement (ROI)
- Les segments

Mesure d'audience pour le Web et les réseaux sociaux

- Les solutions pour le Web
 - Google Analytics et alternatives
 - Chartbeat
 - Extensions pour CMS
- Des solutions pour les réseaux sociaux : intégrées aux réseaux sociaux et via des outils externes

Les indicateurs de performance

- Qu'est-ce qu'un bon KPI (Key Performance Indicator) ?
- Hiérarchiser les KPI
- Qualitatif ou quantitatif ?
- Sélection d'indicateurs pour :
 - Un site Web
 - Les réseaux sociaux
 - L'emailing

Jour 2

Le plan de marquage

- La collecte des données
- Les éléments du plan
- L'arborescence
- Les différents types de marquage
- Les modèles de plan de marquage

Créer ses rapports d'activité

- Outils de création dédiés
- Typologie de tableaux de bord
 - Stratégique
 - Opérationnel...

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- Création d'un tableau de bord sur mesure
- Création d'un plan de marquage ou de taggage

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation

Techniques pédagogiques :

Pédagogie participative mettant l'apprenant au cœur de l'apprentissage. Utilisation de techniques ludo-pédagogiques pour une meilleure appropriation. Ancrage facilité par une évaluation continue des connaissances au moyen d'outils digitaux et/ou de cas pratiques

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur notre plateforme

Accessibilité aux personnes en situation de handicap 

[À distance](#)

09 et 10 avr. 2026

06 et 07 oct. 2026