

Opleiding : Digitale analytics, strategie en best practices

Synthese cursus - 2d - 14u00 - Ref. DAL

Prijs : 1720 € V.B.



4,8 / 5

De toenemende digitalisering van klantrelaties betekent dat effectief beheer van online metingen en gegevens nu essentieel is. Het verzamelen van digitale gegevens, het correct analyseren ervan en het activeren over de verschillende kanalen is nu een dagelijkse zorg voor marketing-, digitale marketing-, communicatie- en IT-afdelingen. Deze uitgebreide cursus geeft je een compleet overzicht, van geconsolideerde rapportage tot specifieke metingen: vaste sites, mobiele sites, applicaties, media-investeringen en sociale media. Een essentiële cursus in het tijdperk van datamarketing.



Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ De concepten en terminologie met betrekking tot webmeting onder de knie krijgen
- ✓ Beheersing van belangrijke internetindicatoren
- ✓ Inzicht in de verschillende universums van digitale gegevens (site-centrisch, e-reputatie, campagneresultaten, etc.)
- ✓ Verwerf de sleutels voor het beheren van uw investeringen en het optimaliseren van het klanttraject op uw digitale platform
- ✓ Ken de verschillende soorten gegevens die je kunt gebruiken (gegevens van de eerste partij, gegevens van de tweede partij...)
- ✓ Leer meer over nieuwe mogelijkheden voor het gebruik van gegevens (A/B-testen, personalisatie, klantrelaties, etc.)

Doelgroep

Afdeling Marketing, Afdeling Communicatie, Afdeling Onderzoek en Afdeling IT.

Voorafgaande vereisten

Kennis van de basisprincipes van het web.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Afdeling Marketing, Afdeling Communicatie, Afdeling Onderzoek en Afdeling IT.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Kennis van de basisprincipes van het web.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ... De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

1 De uitdagingen van gegevens in digitale strategieën

- Digitaal beheer: het klanttraject beoordelen, een synthetisch, cross-functioneel beeld van je strategie krijgen.
- Prestatie-indicatoren, optimalisatie-indicatoren: prioriteer uw indicatoren om de juiste beslissingen te nemen.
- Internetdashboards: een geïntegreerd, interactief beeld krijgen, inzoomen op de nieuwe BI-tools voor het webtijdperk.
- DMP, de nieuwe databases in cookiemodus, begrijpen de bouwstenen van een "Data Management Platform".
- DMP, het startpunt voor nieuwe mediastrategieën: voor welk gebruik en welke voordelen?
- Een andere site voor elke bezoeker, waarbij gegevens worden gebruikt om de ervaring van bezoekers op uw site te personaliseren.
- Gegevens om klantrelaties in realtime te optimaliseren, nieuwe tools voor klantrelaties.
- Beheer uw siteoptimalisatieprojecten in de modus [[testen en leren]]: tools voor A/B- of multivariabele tests.
- Een update over cookiewetgeving: hoe kunt u voldoen aan de regelgeving voor het gebruik van cookies?

2 Websitegegevens beheren en exploiteren

- De grondbeginselen van meten "site centraal".
- Tags en cookies, begrijpen hoe gegevens worden verzameld en de grenzen van metingen "site-centrisch".
- Welke site-gerichte oplossingen moet ik kiezen?
- Overzicht van marktoplossingen: Adobe Analytics, AT Internet, Universal Analytics, Comscore, etc.
- Stel uw doelstellingen en conversietunnels op de juiste manier in om uw [site-centrische] statistieken betekenis te geven.
- Campagnecodering en URL-tracking: een eerste vereiste om de prestaties van je investeringen te analyseren.
- TMS, het "Tag Management System" hulpmiddel, het nieuwe essentiële element in het verzamelen van internetgegevens.
- Container, tag, trigger: begrijp de componenten van een "Tag Management Systeem" om al uw tags te centraliseren.
- Definieer je Datalayer (gegevenslaag), hoe vergemakkelijkt TMS het verzamelen van gegevens op je site? Hier zijn enkele voorbeelden.
- Kies een "Tag Management Systeem" oplossing.
- Overzicht van marktoplossingen (Tag Comander, Adobe Tag Manager, Google Tag Manager, etc.).

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

3 Gegevens gebruiken om uw reclame-investeringen te optimaliseren

- Indicatoren voor het monitoren van je e-mailcampagnes: deliverability, open rate, response rate, hard bounce.
- Natuurlijke verwijzingen: je aanwezigheid in zoekmachines beheren (zichtbaarheid, aantal vertoningen, doorklikpercentages, enz.)
- Betaalde verwijzingen, indicatoren voor het optimaliseren van campagnes: doorklikpercentage, kwaliteitsscore, verloren vertoningen.
- Weergavecampagnes, prestatie-indicatoren: advertentie-indicatoren, voltooiingspercentages, zichtbaarheidspercentages, enz.
- Campagnearbitrage: het einde van last-click attributie?
- Welke indicatoren kunnen worden gebruikt om de rol en bijdrage van elk van de hefboomen op het klanttraject beter te beoordelen?
- Mediaplanning, de evolutie van panels: hoe heeft Médiametrie zich aangepast aan nieuwe toepassingen (mobiel panel, tabletpanel, enz.)?
- Ontwikkelingen in berekeningsmethoden.
- Specifieke tools voor programmatisch adverteren. Welke nieuwe tools en indicatoren zijn nodig om bannercampagnes te evalueren?

4 Sociale netwerken: beheer en sociale gegevens

- Je online reputatie meten: buzz share, netto sentiment...
- Welke indicatoren moet je gebruiken om je online reputatie te beoordelen?
- E-reputatie-instrumenten (luisterende consument): hoe ze werken.
- Welke instellingen moet je implementeren? De verschillende spelers op de markt nader bekeken.
- Facebook Insight: evalueer de prestaties van je Community Management (aantal fans, bereik, viraliteit van posts, etc.).
- Twitter Analytics, YouTube Analytics, Eenvoudig gemeten... volg uw aanwezigheid op sociale netwerken.
- Adverteren op sociale media: nieuwe targeting en beheer van advertentiecampaagnes op sociale netwerken.
- Sociaal beheerplatform (Bringr, Hootsuite...): beheer je sociale mediaberichten.

Opties

: 190€ HT

La certification DiGiTT® est en option lors de l'inscription à cette formation et s'articule en 3 étapes : le passage d'un Diag® avant la formation, l'accès à une digithèque permettant l'apprentissage des concepts et notions pour chaque compétence digitale, puis le passage de l'examen de certification. Celui-ci se compose d'un test de 90 min disponible en anglais et en français. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points (débutant, intermédiaire, avancé, expert). Le seul suivi de cette formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum à l'examen. La planification de ce dernier et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026 : 19 maa., 25 juni, 8 okt., 10 dec.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 19 maa., 25 juni, 8 okt., 10 dec.