FORMATION - FORMATION - ANALYTICS : COMPRENDRE ET ANALYSER SES MESURES D'AUDIENCE

Public et pré-requis
Journaliste, rédacteur·trice, producteur·trice de contenus numériques, chef de projet éditorial, chef de projet marketing
Aucun, mais un projet en lien avec les compétences développées est souhaitable

Durée et modalités pédagogiques
Formation Présentiel de 14h

Moyens pédagogiques
Le support de formation est transmis aux apprenant·e·s pendant ou après la formation

Accessibilité
Nous mettons tout en œuvre pour vous accueillir toutes et tous dans les meilleures conditions. Notre charte handicap détaille nos engagements pour l'accessibilité de nos formations. Contactez notre référent handicap si vous avez des besoins spécifiques d'accompagnement avant, pendant et après la formation: handicap@samsa.fr

Evaluation
1- Positionnement
Un questionnaire en ligne ou un tour de table en début de session vise à évaluer le niveau initial, les besoins et les attentes des participant·e·s.
2-Evaluation des acquis
Au cours de la formation, les exercices réalisés permettent au formateur ou à la formatrice d'évaluer l'acquisition des compétences.
3- Attestation
Une attestation des acquis de fin de formation est adressée par mail aux apprenants suite à la session

Dernière modification contenu formation - 10/03/2026

Objectifs

- Comprendre et interpréter les indicateurs d'audience
- Analyser et explorer vos statistiques de fréquentation
- Fixer les objectifs à atteindre
- Construire des tableaux de bord
- Comprendre les possibilités et les limites des outils

Programme

Jour 1

- Présentation de la formatrice et tour de table
- Echange autour des indicateurs dont disposent les participant·es
- Les enjeux de la mesure d'audience sur un site
- Les indicateurs principaux (et ce qu'ils veulent/peuvent réellement dire)
- La consommation des contenus : comprendre les usages des audiences
- L'impact de l'intelligence artificielle sur le trafic des sites web
- Les sources et les pages d'entrées sur le site
- La localisation et les terminaux des utilisateurs
- Exploitation et analyses des données
- Décrypter un tableau de bord et un rapport d'audiences

Jour 2

- Echange autour des difficultés récurrentes rencontrées par les participant·e·s
- La mesure avancée d'audience
- Le suivi d'audience mobile (site et applis)
- Le suivi des réseaux sociaux
- Le suivi des campagnes
- Le suivi de la recherche sur le site
- Les événements pour améliorer l'expérience éditoriale
- Utiliser Excel pour exploiter ses données d'audience
- Stratégie de suivi d'audience
- Créer un référenciel
- Définir ses indicateurs
- Organiser et enrichir la collecte des données
- Le cycle mesurer/analyser/réagir
- Évaluation à chaud de la formation par les participant·e·s