

CREER DES TABLEAUX DE BORD DATA DRIVEN AVEC GOOGLE LOOKER STUDIO

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations :

catherine@lacademie-du-newbiz.com

Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître le niveau préalable de l'agence sur la datavisualisation en général et la solution Google Looker Studio en particulier. En amont de la formation, un entretien de cadrage avec l'agence permettra d'ajuster le contenu et format de la formation.

Module 1 – Découvrir la data-visualisation

- 1.1. Connaître les limites des solutions analytics et des rapports classiques
- 1.2. Identifier les avantages & points de vigilance avec les outils de data visualisation
- 1.3. Sensibiliser à l'expérience utilisateur (UX/UI) des tableaux de bords
- 1.4. Savoir implémenter une stratégie et méthode générale de conception d'un tableau de bord
- 1.5. Définir les indicateurs clés (KPIs), formats et adapter les données au public visé

Module 2 – Gérer un compte Google Looker Studio

- 2.1. Savoir créer un compte Google Looker Studio et les utilisateurs associés
- 2.2. Apprendre les bonnes pratiques pour organiser les rapports de l'agence ou de ses clients
- 2.3. Atelier évaluation des acquis : Mise en pratique avec la création ou adaptation du compte de l'agence.

Module 3 – Maîtriser les connecteurs et sources de données

- 3.1. Identifier les connecteurs natifs de la Google Marketing Platform (G.Analytics, G.Ads, Search...)
- 3.2. Découvrir les connecteurs vers les fichiers structurés (Excel, Google Sheets, bases de données)
- 3.3. Identifier les connecteurs tiers (données des réseaux sociaux par ex.)
- 3.4. Atelier évaluation des acquis : Mise en pratique avec un exemple sur un fichier google sheets partagé

Module 4 – Comprendre les notions de dimensions et métriques

- 4.1. Identifier les données à intégrer dans les rapports
- 4.2. Comprendre la notion de dimensions pour catégoriser les données
- 4.3. Comprendre la notion de métriques pour mesurer une valeur
- 4.4. Atelier évaluation des acquis : Construction d'un exemple de tableau de bord avec des données de l'agence

Module 5 – Maîtriser les modèles de graphiques disponibles

- 5.1. Découvrir les différents modes de représentation des données (tableaux, chiffres, graphiques, jauges, histogrammes...)
- 5.2. Découvrir les composants tiers de visualisation fournis par la communauté G.Looker Studio
- 5.3. Atelier évaluation des acquis : Mise en pratique sur le modèle de tableau de bord générique de l'agence.

Module 6 – Gérer la mise en page d'un tableau de bord responsive

- 6.1. Gérer le paramétrage de la mise en page (taille, format et style)
- 6.2. Gérer l'affichage responsive pour les mobiles
- 6.3. Comprendre l'usage des thèmes et des menus de navigation
- 6.4. Atelier évaluation des acquis : Mise en pratique sur le modèle de tableau de bord générique de l'agence.

Module 7 – Apprendre les bonnes pratiques pour plus d'efficacité

- 7.1. Gérer la volumétrie des données exploitées dans un tableau de bord
- 7.2. Gérer la confidentialité des données partagées
- 7.3. Définir une politique de mise à jour et de diffusion des données auprès des clients
- 7.3. Atelier évaluation des acquis : Quiz pour tester vos connaissances

Conclusion

Évaluation individuelle des acquis (QCM), Bilan et feedback des participants, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

Tarifs

à partir de 2 600 € H.T / jour
(Un devis sera établi sur demande)

Durée

1 jour (9h30- 18h) en intra entreprise ou classe virtuelle

Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.



Intervenant

Eric Melounou

Consultant & Formateur Data Marketing

+15 ans de consulting et formation data analytics

- CEO agence **Data4Biz**
- Co-fondateur du réseau de consultants **Conversion Boosters**
- Intervenant écoles Supdeweb et Université de Strasbourg
- Membre actif de l'AADF (MeasureCamp)
- Références Credit Mutuel-CIC, Novembre, Infra, Qpark, Divalto, Burda, OA Nail System, Cuisine Schmidt...

Objectifs

- Intégrer les enjeux d'une approche data driven pour votre agence
- Savoir créer un tableau de bord multi-sources de données
- Savoir exploiter et partager un modèle de tableau de bord pour ses clients
- Maîtriser les outils de mise en page des données
- A l'issue de la formation le stagiaire sera capable de communiquer sur la performance de l'agence

Public visé

- Dirigeant,
- Manager,
- Commercial,
- Chef de projet
- Directeur de clientèle,
- Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...)
- Consultant emarketing
- Responsable ecommerce
- Data Analyste
- Trafic manager

Pré-requis

- Connaissance d'un tableur (Excel, GSheets)
- Notions en calcul sur les données (formules excel par ex.)

Méthode

La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, à partir de cas vécus par les participants, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation

Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis