

(Read free ebook) File size: 67.Mb

Web Analytics

COLLECTION MARKETING

Nicolas MALO • Jacques WARREN

Préface de Marc LOUVIER, délégué général de la FEVAD

Web Analytics



Nouvelle édition
revue et
augmentée

Mesurer le succès
et maximiser
les profits de votre
site Web

EYROLLES

Download

Read Online

Par Nicolas Malo, Jacques Warren
*DOC | *audiobook | ebooks |*
Download PDF | ePub

Dtails sur le produit Rang parmi les ventes : #160878 dans eBooksPubli le: 2012-08-30Sorti le: 2012-08-30Format: Ebook Kindle

(Read free ebook) Web Analytics

Par Nicolas Malo, Jacques Warren :
Web Analytics before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Web Analytics:

Description :

Présentation de l'éditeurAprès avoir investi significativement dans la conception, la promotion et la mise jour de leurs sites Internet, les entreprises et les organisations publiques sont souvent dues par les résultats obtenus. Malgré un trafic croissant, peu de visiteurs réalisent les actions souhaitées, telles qu'acheter un produit ou gérer un compte en ligne.Pourtant, grâce aux solutions de Web analytics, des informations inestimables sont disponibles sur le comportement des visiteurs : leur provenance, ce qu'ils font sur le site et quelle page ou tape ils en sont. En maîtrisant l'ensemble de ces informations, il est possible de réduire les coûts d'acquisition du trafic, d'augmenter les ventes et les transactions réalisées en ligne et ainsi générer des profits sur votre site Internet.Toutefois, faire des analyses pertinentes et bien optimiser les parcours des visiteurs ne s'improvise pas. Pas pas, cet ouvrage vous aidera maîtriser les principaux concepts du Web Analytics ainsi qu' mettre en

place votre propre programme d'analyse, de test et d'optimisation. Cette deuxième édition, révisée et augmentée, offre une vingtaine de témoignages de Web analystes et de dirigeants d'entreprises aussi bien en Europe qu'en

Amérique du Nord. Présentation de l'auteur Après avoir investi significativement dans la conception, la promotion et la mise à jour de leurs sites Internet, les entreprises et les organisations publiques sont souvent étonnées par les résultats obtenus. Malgré un trafic croissant, peu de visiteurs réalisent les actions souhaitées, telles que d'acheter un produit ou gérer un compte en ligne. Pourtant, grâce aux solutions de Web analytics, des informations inestimables sont disponibles sur le comportement des visiteurs : leur provenance, ce qu'ils font sur le site et quelle page ou page ils en sont. En maîtrisant l'ensemble de ces informations, il est possible de réduire les coûts d'acquisition du trafic, d'augmenter les ventes et les transactions réalisées en ligne et ainsi générer des profits sur votre site Internet. Toutefois, faire des analyses pertinentes et bien optimiser les parcours des visiteurs ne s'improvise pas. Pas pas, cet ouvrage vous aidera à maîtriser les principaux concepts du Web

Analytics ainsi qu'à mettre en place votre propre programme d'analyse, de test et d'optimisation. Cette deuxième édition, révisée et augmentée, offre une vingtaine de témoignages de Web analystes et de dirigeants d'entreprises aussi bien en Europe qu'en Amérique du Nord. Biographie de l'auteur Nicolas Malo, diplômé de l'EDHEC, est consultant en Web Analytics chez Optimal Ways, cabinet de conseil et centre de formation qu'il a fondé en 2011. Depuis 1996, il a conçu, géré et optimisé des sites Web à fort trafic, aussi bien chez l'annonceur (Oracle et Vidotron), qu'en agence (BDDP/TBWA et EuroRSCG/Havas). Après avoir vécu aux États-Unis et au Canada, il se spécialise dans le Web Analytics à son retour en Europe en 2008. Jacques Warren, diplômé de l'université de Montréal, est consultant en Web Analytics chez WAO Marketing, firme qu'il a fondée en 2007. Il démarre sa carrière dans le marketing interactif en 1996 et se spécialise dans le domaine de l'analytique digitale dès 2002. Ses clients sont aussi bien aux États-Unis, au Canada qu'en Europe.