

Contact facturation : facturation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 48 01  
Contact formation : formation@ccmbenchmark.com - 01 47 79 51 08

## **Bien implémenter Google Analytics avec Google Tag Manager**

### **Objectif de la formation**

Google Analytics est devenu un outil de référence pour optimiser ses investissements sur internet via l'analyse du comportement des internautes sur son site, de la performance des choix effectués et des sources trafic utilisées. Néanmoins ces analyses ne seront possibles que si des informations utiles remontent dans l'outil, ce qui nécessite à la fois d'avoir mené une réflexion sur son plan de tagage et de maîtriser l'interface de Google Analytics mais également de Google Tag Manager, la solution de tag management système de Google Analytics.

---

### **Objectifs pédagogiques :**

- Savoir définir un plan de tagage
  - Savoir gérer un projet d'implémentation
  - Comprendre le fonctionnement de Google Tag Manager
  - Implémenter Google Analytics avec Google Tag Manager
  - Maîtriser l'interface d'administration de Google Analytics
- 

### **A qui s'adresse cette formation ?**

webmaster, chef de projet marketing digital, responsable web.

---

### **Pré-requis :**

Connaissances de base des grands fondamentaux Internet.

### **Progression pédagogique :**

#### **Premier jour**

#### **1. Définir son plan de tagage**

- a. Comprendre le fonctionnement de Google analytics
  - Comment Google Analytics collecte l'information : tag standard, cookies, autres tags (application mobile, universal analytics)
  - Organisation des statistiques dans Google Analytics : présentation de l'interface
- b. Plan de tagage : pourquoi et comment mettre en oeuvre un plan de tagage  
Dans la majorité des cas, le tag standard ne permet pas de remonter la totalité des informations nécessaires à la compréhension du site, il est nécessaire de compléter avec un tag avancé qui permettra une lecture lisible et compréhensible des statistiques, cette partie s'appuiera sur une fiche d'audit qui récapitulera les points importants dans la définition du plan de tagage

- Dans cette partie on abordera les réflexions suivantes :
  - Comment s'assurer que les statistiques collectées soit en phase avec l'arborescence du site et soit lisibles pour les utilisateurs (regroupement de contenu, gestion des paramètres de requête dans les urls, ...)
  - Comment s'assurer que toutes les pages ou actions significatives remontent correctement dans Google Analytics (Pages dynamiques, pages erreurs, téléchargement de document, page de confirmation, liens sortants, partage sur les réseaux sociaux,...)
  - Comment créer des variables personnalisées
  - Comment bien organiser son compte Google Analytics en utilisant les propriétés et/ou vues
- *Méthodes pédagogiques : fiche d'audit et mise en place d'un référentiel de projet*

?

## 2. Implémenter son plan de tagage

- Via un CMS ou des plateformes propriétaires (wordpress,...)
- Via Google tag manager
- iv. Présentation du fonctionnement GTM (couches de données,...)
- v. Implémentation standards de GA avec GTM
  - Création de la balise Google Analytics
  - Paramétrage des regroupements de contenu (macro)
  - Paramétrage des dimensions personnalisées (macro)
- vi. Les outils pour vérifier le plan de tagage
- *Méthodes pédagogiques : Atelier pratique sur Google Tag Manager*

## Deuxième jour

### 3. Bien paramétrer l'interface d'administration de Google Analytics

- Les paramétrages standards
  - au niveau du compte : gestion des utilisateurs
  - de la propriété : interfaçage avec les autres produits Google, durée de vie des cookies,...
  - et de la vue : moteur de recherche interne...
- Les paramétrages avancés :
  - Regroupement de contenu
  - Création des variables personnalisées
  - Création des canaux et codification des campagnes
- Création d'une vue avec un filtre et utilisation des expressions régulières
- *Méthodes pédagogiques : Atelier pratique sur le module d'administration Google Analytics*

### 4. Comment bien gérer un projet d'implémentation Google Analytics

- Réflexion et atelier de travail pour faire la synthèse des 2 jours
  - Appropriation des méthodes : fiche d'audit et référentiel de données
  - Appropriation des outils : les grandes étapes pour bien utiliser les outils

La formation sera animée par David Lelièvre

## **Les moyens pédagogiques**

### **Support de formation**

- Pour les formations en **présentiel**, un support de cours sera remis à chacun des participants.
- Pour les formations en **visionconférence**, une synthèse de la formation sera envoyée aux participants qui auront également la possibilité de revoir la session pendant une semaine après la date de la formation.

### **Locaux - Matériel fourni**

- Nos salles sont équipées du matériel de vidéo-projection pour le formateur
- Accès à Internet en wifi dans tous nos locaux
- Pour les formations qui nécessitent des ateliers sur ordinateur, nous disposons de salles équipées d'ordinateurs pour les participants

*CCM Benchmark Group conserve l'intégralité des droits d'auteurs relatifs au contenu de ces formations et supports de cours. Toute reproduction, modification ou divulgation à des tiers, sous quelque forme que ce soit, est formellement limitée.*

### **Les moyens d'évaluation mis en oeuvre et suivi**

A l'issue de la formation chaque stagiaire complète un **questionnaire d'évaluation**. Une copie peut-être fournie sur demande.

L'**attestation de présence** est envoyée par courrier avec la facture, à l'issue de la formation.

### **Convention de formation**

Dès votre inscription, une convention de formation vous est envoyée. Celle-ci doit nous être retournée signée avant le début de la formation.

CCM Benchmark Group est un organisme de formation professionnelle enregistré sous le numéro **11 75 54133 75**. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

### **Durée de la formation**

La durée totale de la formation est de **14 heures**.