



PARAMÉTRER GOOGLE ANALYTICS & GOOGLE TAG MANAGER



Public

- Web analystes

Prérequis

- Avoir quelques notions de webanalyse
- Connaître un outil de webanalyse de manière opérationnelle

Objectifs

- Comprendre les données collectées sur mon site
- Vérifier la qualité des données collectées
- Comprendre comment construire un rapport sur-mesure
- Savoir partager des données

Informations pratiques

Formateur : Thibault COSTET

Durée : 2 jours – 14 h

Lieu : Paris 9ème

Prix : 1 980 € HT repas inclus

Dates en 2018

28 et 29 novembre

JOUR 1

1. Introduction à la webanalyse

- Objectif de la webanalyse
- La collecte de données

2. Les bases de la collecte de données

- Javascript & cookies
- Composition d'un hit
- Types de hits

3. Le codes de tracking GA

- Introduction au code de tracking GA
- Architecture d'un compte (Compte vs Profil vs Vue)

4. Les différents tags GA

- Les évènements
- Les tags e-commerce
- Les dimensions et métriques personnalisées
- Les pages-vues virtuelles

5. Paramétrages de l'outil

- Comprendre les objectifs et l'entonnoir de conversion
- Introduction aux filtres et vues
- Moteur de recherche
- Introduction au cross-domain
- Mise en place du User-ID

6. Découvrir les fonctionnalités GA

- Comprendre les principaux rapports Analytics
- Les rapports e-Commerce
- Introduction aux segments
- Comprendre les rapports personnalisés
- Créer un rapport avec Google Studio

2 jours – 1 980 € HT



CONSTRUIRE UN PLAN D'ANIMATION RELATIONNEL



Public

- Web analystes

Prérequis

- Avoir quelques notions de webanalyse
- Connaître un outil de webanalyse de manière opérationnelle

Objectifs

- Comprendre les données collectées sur mon site
- Vérifier la qualité des données collectées
- Comprendre comment construire un rapport sur-mesure
- Savoir partager des données

Informations pratiques

Formateur : Thibault COSTET

Durée : 2 jours – 14 h

Lieu : Paris 9ème

Prix : 1 980 € HT repas inclus

Dates en 2018

28 et 29 novembre

JOUR 2

1. Introduction à Google Tag Manger

- Utilité du gestionnaire de tag
- Comprendre les techniques de collecte des données avec GTM
- Le container
- Le dataLayer
- Création d'un plan de marquage
- Gestion des droits & utilisateurs

2. Paramétrer GTM

- Introduction à l'interface
- Les balises
- Les déclencheurs
- Les variables
- Exercices : Paramétrer Google Tag Manager pour GA

3. Débuggage de GTM & GA

- Gérer l'Assurance Qualité d'une implémentation
- La publication et prévisualisation des tags GTM
- Outils de débbugage
- Exercices : débbugger l'implémentation d'un site e-commerce

2

2 jours – 1 980 € HT