

Mis à jour le 01/07/2024

S'inscrire

Formation Google Analytics 4 avec Tag Manager

MIGRER D'UNIVERSAL ANALYTICS À ANALYTICS 4

2 jours (14 heures)

Présentation

Google Analytics 4 couplé à Tag Manager fait parti des [outils gratuits de web-analytics](#) les plus puissants. Sa version gratuite fournit d'immenses possibilités de suivi et d'analyse pour la plupart des entreprises.

Analytics 4 succède à Analytics 3 (aussi nommé Universal Analytics), cette précédente [version était très populaire](#) pour les webmasters et web analysts du monde entier. On estime à 74 % le nombre de professionnels de l'analytics qui utilisent Google Analytics.

Le passage à Analytics 4 est un véritable tournant pour les professionnels du web et de la data. De nombreuses modifications ont été apportées comme une collecte de données basée davantage sur les utilisateurs plutôt que les sessions.

Google Tag Manager est, quant à lui, l'outil leader en termes de gestion de balises de suivi. L'installation de Google Analytics via GTM est d'ailleurs la [méthode d'installation la plus recommandée](#).

Tag Manager vous permettra d'avoir une vue d'ensemble de tous les événements Analytics de votre site. Ainsi, vous pourrez efficacement modifier, ajouter ou supprimer le tracking de vos conversions.

Cette formation Google Analytics 4 avec Tag Manager vous enseignera GA4 en soulignant les [différences avec Universal Analytics](#). Vous découvrirez l'interface GA4, son fonctionnement ainsi que sa configuration. En fin de formation, vous saurez aisément passer de Universal Analytics à Analytics 4.

Par la suite, nous vous enseignerons la migration de vos objectifs Universal Analytics vers Analytics 4 grâce à Google Tag Manager. Nous vous enseignerons l'utilisation complète de

GTM suivi par l'installation de balises de collecte de données.

Objectifs

- Manipuler aussi bien Google Analytics 4 que Universal Analytics
- Comprendre les différences principales entre Analytics 3 et Analytics 4
- Comprendre le fonctionnement de la collecte de données sur Analytics 4
- Installer et configurer l'outil avec Tag Manager
- Créer des rapports personnalisés
- Créer le suivi des conversions via GTM
- Utiliser et comprendre Tag Manager
- Connaître les bonnes pratiques de taggage

Public visé

- Web analyst
- Responsable acquisition
- Responsable marketing et communication
- Data analyst
- Traffic manager
- Webmaster

Pré-requis

- Avoir des connaissances et de l'expérience sur Google Analytics Universal
- [Tester Mes Connaissances](#)

Pré-requis technique

Disposer d'un compte Google.

Programme de notre Formation Google Analytics 4 avec Tag Manager

La problématique de la mesure digitale

- Les bases de la web-analyse et son importance
- Les concepts de dimension / métrique / rapport
- Les exemples de KPI en fonction du secteur d'activités
- Conserver ses données Universal Analytics

Le fonctionnement de GA4

- Introduction à GA4 et principales différences avec UA
- Avantages et inconvénients
- Comment GA4 collecte ses données ?
 - Le fonctionnement des cookies
 - Point RGPD
- Les limites actuelles de l'outil, la modélisation des données et le consentement
- Les différentes méthodes d'installation (script, GTM, plugins)
- Les notions clés de GA4 vs UA
 - Les événements au cœur de l'analyse
 - Les métriques basées sur l'utilisateur et non plus sur la session
 - Le taux d'engagement vs le taux de rebond
 - La place de la conversion
 - Le cross domaine
 - Le cross plateforme

Configurer l'outil GA4

- Création d'une propriété GA4
- Les différents plug-ins d'installation (Wordpress / Prestashop / Shopify)
- Le paramétrage basique de Google Tag Manager
- La gestion des utilisateurs
- Les filtres de données
- Créer un événement
- Créer une conversion

Utiliser GA4

- Présentation de l'interface
 - Tour d'horizon rapide
 - Les rapports de synthèse et les rapports détaillés
 - L'analyse des données : le tri et le filtrage
 - La fonctionnalité de comparaison / segmentation
 - La comparaison de date
- Les techniques d'analyse
- Les différents rapports
- La création d'audience
- Focus sur les rapports d'exploration
- Les entonnoirs de conversion
- Le chevauchement des segments
- L'analyse du chemin
- Conclusion
- Échanges

Introduction à GTM

- Présentation de Google Tag Manager
- Présentation de la structure de l'outil
- La partie administration

- Le fonctionnement de GTM
 - Les déclencheurs
 - Les variables
 - Les balises
 - Les dossiers
- Présentation des modèles de recettes et de l'outil d'importation
- Les espaces de travail et les versions

Les bonnes pratiques

- Respecter les conventions de nommage
- Prévisualiser avant de publier
- Décrire chacune de ses versions
- Les bénéfices du plan de taggage
- Mettre à jour son plan de taggage à chaque modification

Installation du tracking Analytics

- Créer sa première variable
- Créer une balise page vue et utiliser les champs à définir
- Utiliser la debug view pour le débogage

Créer ses évènements via Tag Manager

- Présentation de la bibliothèque d'évènements Google
- Tracker un envoi de formulaire et utiliser les paramètres
- Paramétrer la conversion sur Analytics
- Créer un évènement personnalisé
- Créer des dimensions et statistiques personnalisées sur Google Analytics 4
- Débogage

Module complémentaire (+1 jour) : Tracking côté serveur

Comprendre le server side tracking

- L'architecture du web
 - Comment est affichée une page web ?
 - Que veut dire le mot "serveur" ?
 - Que veut dire le mot "client" ?
- Pourquoi utiliser le suivi côté serveur ?
 - Une vitesse de chargement plus rapide
 - Respecter la réglementation concernant les données personnelles
 - Contrôler intégralement les données collectées
 - Contourner l'ITP
 - Contourner les ad blockers

- Les différences entre le tracking côté serveur et côté client
 - Les coûts
 - L'implémentation
- Les prérequis techniques de configuration

Installer Tag Manager sur son serveur

- Provisionnement des balises
- Ajouter son serveur Google Cloud Platform
- Connecter un domaine personnalisé
- Tester son implémentation

Présentation de l'interface côté serveur

- Clients
- Balises
- Déclencheurs
- Variables

Installation de Google Analytics 4

- Créer un conteneur côté client
- Modifier le code de suivi pour contourner les ad blockers
- Configurer le GTM Loader
- Déployer le GTM loader
- Créer une balise GA4 page vue
- Configurer le client principal
- Créer une balise GA4 page vue côté serveur
- Créer une balise personnalisée GA4 suivi côté serveur

Sociétés concernées

Cette formation s'adresse à la fois aux particuliers ainsi qu'aux entreprises, petites ou grandes, souhaitant former ses équipes à une nouvelle technologie informatique avancée ou bien à acquérir des connaissances métiers spécifiques ou des méthodes modernes.

Positionnement à l'entrée en formation

Le positionnement à l'entrée en formation respecte les critères qualité Qualiopi. Dès son inscription définitive, l'apprenant reçoit un questionnaire d'auto-évaluation nous permettant d'apprécier son niveau estimé sur différents types de technologies, ses attentes et objectifs personnels quant à la formation à venir, dans les limites imposées par le format sélectionné. Ce questionnaire nous permet également d'anticiper certaines difficultés de connexion ou de sécurité interne en entreprise (intraentreprise ou classe virtuelle) qui pourraient être problématiques pour le suivi et le bon déroulement de la session de formation.

Méthodes pédagogiques

Stage Pratique : 60% Pratique, 40% Théorie. Support de la formation distribué au format numérique à tous les participants.

Organisation

Le cours alterne les apports théoriques du formateur soutenus par des exemples et des séances de réflexions, et de travail en groupe.

Validation

À la fin de la session, un questionnaire à choix multiples permet de vérifier l'acquisition correcte des compétences.

Sanction

Une attestation sera remise à chaque stagiaire qui aura suivi la totalité de la formation.