

# Looker Studio (Google Data Studio), Google Tag Manager (mesurez, reportez, améliorez)

2 j (14 heures)

Ref : GOTM

## Public

Webmasters, référenceurs, directeurs de site ou responsables marketing (tous secteurs confondus) ou toute personne du secteur marketing déjà initiée à Google Analytics et en Web Analytics

## Pré-requis

Connaître Google Analytics

## Moyens pédagogiques

Formation réalisée en présentiel ou à distance selon la formule retenue  
Exposés, cas pratiques, synthèse, assistance post-formation pendant trois mois  
Un poste par stagiaire, vidéoprojecteur, support de cours fourni à chaque stagiaire

## Modalités de suivi et d'évaluation

Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de stage, feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur, attestation de fin de formation

## Objectifs

- Améliorer vos compétences dans l'analyse des performances de vos sites
- Mesurer plus précisément grâce à Google Tag Manager
- Paramétrer en profondeur Google Analytics
- Organiser et automatiser votre reporting grâce à Google Data Studio
- Optimiser les performances de vos dispositifs Web
- Améliorer le ROI de vos opérations de création de trafic

## Programme détaillé

### RAPPEL DES FONDAMENTAUX DES WEB ANALYTICS

---

- L'analyse statistiques : rappel des fondamentaux
- Dimensions et statistiques
- Segments

## **GOOGLE ANALYTICS : FONCTIONNEMENT ET LIMITES**

---

- Le code de tracking
- Les informations envoyées dans les bases de Google
- Hit
- Session
- Visiteur
- Cookies
- La signification des variables
- Les capacités de mesure

## **INTERFACE ET IMPLEMENTATION DE GOOGLE TAG MANAGER (GTM)**

---

- Présentation et organisation de l'espace de travail, droits, accès et principe de publication et de versioning
- Définition des "conteneurs"
- Implémentation des codes de tracking
- Installation de Tag Manager Injector
- Fonctionnement de GTM Data Layer (couche de données)

## **LES COMPOSANTS DE GTM**

---

- Déclencheurs
- Balises
- Variables
- Data Layer et Data Model

## **LES BALISES**

---

- Les balises intégrées
- Les balises personnalisées
- Exemples et configuration

## **LES DECLENCHEURS**

---

- Paramétrage des règles et conditions de déclenchement
- Types de déclencheurs
- Configuration

## **LES VARIABLES**

---

- Configuration des variables intégrées
- Variables personnalisées

## **STRUCTURE ET PARAMETRAGE DU COMPTE GOOGLE ANALYTICS**

---

- Compte, profil et vue

- Construire et paramétrer des vues de travail
- Paramétrer des objectifs
- Connaître et utiliser les principales expressions régulières
- Implémenter des filtres
- Gérer des sous-domaines
- Utiliser les regroupements de contenus

## **PERIMETRE DE L'ANALYSE ET PLAN DE MARQUAGE**

---

- Marquage et suivi des événements et pages virtuelles
- Implémenter des dimensions et variables personnalisées
- Les statistiques calculées
- Marquage des campagnes de création de trafic

## **MESURER AVEC GOOGLE ANALYTICS**

---

- Parcours du front office et utilisation de l'interface
- Trafic en temps réel
- Les outils transverses
- Dates
- Exports

## **ANALYSER SON TRAFIC**

---

- Qui sont les visiteurs ?
- D'où viennent-ils ?
- Que font-ils ?
- Analyse des sources de trafic et "tracker" ses opérations de communication
- Quels contenus sont regardés ?
- Les événements et pages virtuelles
- Le moteur de recherche interne
- Le e-commerce
- Analyser le retour sur investissement des opérations de création de trafic
- Objectifs
- Conversions
- Modèles d'attribution
- Analyser la contribution des pages aux revenus du site

## **AFFINER SON ANALYSE**

---

- Utiliser les segments
- Construire un segment
- Analyser
- Comparer
- Utiliser l'explorateur
- Changer de dimension

Ajouter des dimensions

Filtrer

Exclure

## **CREER DES RAPPORTS PERSONNALISES**

---

Méthodologie : comprendre l'outil de création des rapports

Rechercher et modifier un rapport personnalisé existant

Construire un rapport personnalisé

Transformer Google Analytics en outil CRM

Importer et analyser des données tierces

## **GOOGLE DATA STUDIO - DATA VISUALISATION, KPI ET TABLEAUX DE BORD : LES CLES D'UN REPORTING EFFICACE**

---

Savoir présenter les données : les bonnes pratiques de la Data Visualisation

Analyser, choisir, hiérarchiser et présenter les KPI, méthodologie pour la création d'un tableau de bord efficace

## **UTILISER GOOGLE DATA STUDIO**

---

Périmètre

Interface

Fonctionnalités

Outils et templates

## **POINTS CLES**

---

Les sources de données

Les connecteurs

La présentation des données

Tableaux

Graphes

Les outils de mise en forme

Les filtres et segments

Les champs calculés

Mixer les sources de données

## **FONCTIONS AVANCEES : COMMENT AMELIORER SES RAPPORTS GRACE AUX CHAMPS CALCULES ?**

---

Les champs calculés

Statistiques

Dimension

Renommer, regrouper, concaténer des dimensions