

# 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