

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