

Formation Google Analytics : Analyser les performances d'un site web

| | |
|---|--|
| Durée : | 1 jours |
| Public : | Webmasters, chefs de projet, responsables marketing |
| Pré-requis : | Avoir accès à un compte GA4, si possible déployé via Google Tag Manager |
| Objectifs : | Comprendre le fonctionnement du suivi GA4 via les événements - Créer des événements et conversions - Créer et consulter des rapports statistiques - Utiliser l'explorateur GA4 - Savoir configurer un suivi statistique via Google Tag Manager |
| Sanction : | Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis |
| Taux de retour à l'emploi: | Aucune donnée disponible |
| Référence: | E-M580-F |
| Note de satisfaction des participants: | 4,87 / 5 |

Déployer Google Analytics 4

Savoir quoi analyser sur son site et identifier ses KPI
Les différents types de données : audience, acquisition et comportement
Utiliser un gestionnaire de balise : principe et fonctionnement
Comprendre le fonctionnement du suivi GA4 : les événements
S'approprier le vocabulaire : segments, dimensions, métriques, etc.

Atelier : S'assurer du bon déploiement de GA4 via Google Tag Manager

Comprendre les événements GA4

Connaître les événements par défaut de GA4
Vérifier le bon fonctionnement des événements via DebugView
Créer des événements personnalisé via GA4
Utiliser Google Tag Manager pour créer un événement : pourquoi et comment ?

Atelier : Créer des événements de suivi personnalisé sur son site web

Exploiter les rapports statistiques GA4

Définir une organisation des rapports : collections et thèmes
2 types de rapports : vue d'ensemble et détaillé
Utiliser les modèles de rapport
Renseigner ses dimensions et métriques
Intégrer des graphiques au rapport

Atelier : Créer un tableau de bord et des rapports suivant ses besoins (audience, acquisition et comportement)

Utiliser les rapports d'exploration GA4

Créer des rapports spécifiques via les explorations
Les techniques d'exploration : cohorte, chevauchement, utilisateurs, etc.
Partager un rapport aux autres collaborateurs
Exporter les données

Bien configurer le suivi GA4

Paramétrer l'association des outils Google : Ads, Search Console, etc.
Définir ses conversions et un modèle d'attribution
Exclure le trafic interne
Prendre en compte le RGPD dans son suivi avec GA4
Savoir comment suivre la performance d'un site e-commerce

Atelier : Auditer son compte GA4 et lister les optimisations à effectuer

Conclusion

Questions / réponses