

Google Tag Manager

Objectifs de la formation :

- Installer Google Tag Manager
- Connaitre les bases
- Savoir implémenter des balises simples

Publics : Toute personne souhaitant affiner le tracking sur un site Web

Durée : 1 jour soit 7 heures

Pré-requis : Être à l'aise avec un ordinateur, connaître et maîtriser internet.

PROGRAMME :

Système de gestion de balises. (1h)

- Définition du Tag management
- Les enjeux du tag management
- L'intérêt de Google Tag Manager

Définir une stratégie de tracking. (2h)

- Comprendre les étapes clefs d'un projet de tag management et webanalytics.
- Définir et identifier des données utiles à collecter
- Réaliser un plan de taggage efficace

Prise en main de Google Tag Manager. (2h)

- L'environnement de travail de GTM
- Organiser son compte GTM
- Les balises, les déclencheurs, les variables, les versions de conteneur

Utiliser Google Tag Manager pour le social media. (1h)

- GTM avec Facebook
- GTM avec You Tube

Utiliser Google Tag Manager avec un CMS. (1h)

- Installation sur WordPress
- Installation sur Prestashop

TP : Création de balises

Méthodes pédagogiques : 50 % études de cas des participants 50% de théories avec exemples de cas réels. Exercices pratiques et échanges entre pairs.

Les participants travaillent sur leurs propres attentes

Méthodes évaluation : Avant la formation (attentes et niveaux de compétences), à chaud à l'issue de la formation et 3 mois après la session. QIZZ de compétences durant la formation pour valider l'acquisition.

Suivi des stagiaires : envoi présentation, liens vers ressources documentaires, et via email, hotline et réseaux sociaux du formateur.