

Assures la fiabilité des données collectées par un dispositif digital, tout en étant RGPD Friendly !

Durée :

1 journée de formation (7h)

Présentiel : 9h > 12h30 - 13h30 > 17h

Distanciel : 4 x 1h45 sur 15 jours

Tarifs :

(6 participants maximums par formation)

Inter-entreprise : **550 € HT / participant ***

Intra-entreprise : **1 800 € HT / formation**

Formation sur mesure : [Nous contacter](#)

** boissons chaudes et déjeuner inclus.*



Objectifs :

- _ Comprendre l'importance d'assurer la fiabilité des données collectées par un dispositif digital.
- _ Savoir intégrer en autonomie un tag se déclenchant sur son site internet et vérifier sa bonne implémentation.
- _ Savoir utiliser Google Tag Manager.

Prérequis :

Connaissance de base de Google Analytics et des enjeux de collecte de données sur le digital.

Publics cibles :

Toute personne concernée par les projets digitaux et de leurs aspects trafic, communication.

Formateur :

Issu de l'agence [Periscope](#), **spécialisé en Data Marketing**, le formateur dispose de plusieurs années d'expérience qu'il mettra à profit pour faire découvrir de façon didactique l'ensemble des opportunités offertes par les outils de collecte de données.

Informations pratiques :

Les formations sont dispensées dans nos bureaux de Paris (9ème) ou de Clermont-Ferrand.

Les formations intra-entreprise peuvent être dispensées dans les locaux de votre entreprise sur demande. Des frais de déplacement peuvent être facturés en sus.

Formation accessible aux personnes handicapées !
Nous contacter au [04 73 93 12 12](#) pour en savoir plus.

Programme de formation

Méthodes :

Pédagogie basée sur la pratique au travers de cas concrets et de retour d'expérience.

Pédagogie :

- _ Ateliers en intelligence collective
- _ Jeux ludo-pédagogiques
- _ Échanges de bonnes pratiques
- _ Entraînement par des mises en situation
- _ Support de formation téléchargeable

Évaluation & suivi :

- _ Élargement à la demi-journée
- _ Attestation d'assiduité
- _ Sondage entrant de compétence
- _ Quizz sortant d'évaluation



Cours théorique

_ Notion de tracking

Historique & usage de Google Tag Manager
Qu'est-ce qu'un plan de tag, à quoi sert le tracking ?
Notions de RGPD et de Data Analyse

_ Comprendre les fonctionnalités de l'outil

Pourquoi un tag Manager ?
Fonctionnalités
Méthodologie d'utilisation
Debugage & Google Tag Assistant

_ Utilisation de Google Tag Manager

Structure du compte
Vocabulaire & balises
Les déclencheurs
Les variables

_ Intégration technique

Outil de debug & versions
Utilisation du datalayer
Intégrer n'importe quel type de tags

_ Bonnes pratiques de Data Analyst

Notions d'UTM

Exercices pratiques

_ **Ecrire un plan de tag** pour son site internet et le maintenir à jour.

_ **Auditer les tags déclenchés** sur un site internet.

_ **Créer un Google Tag Manager** pour son site internet et apprendre à structurer son compte.

_ **Paramétrer un déclencheur** et une variable personnalisée.

_ **Intégrer son premier tag** et vérifier son implémentation.