

Utiliser GTM pour placer ses tags media et tags site centric

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Conception d'un Projet de Tag Management

- Méthodologie : Comment élaborer un plan de taggage (Tagging Plan) efficace.
 - Définition des rôles entre les équipes Marketing, Tech et Juridique.
 - Atelier : Analyse critique d'un plan de taggage type et sélection des KPIs prioritaires.
- Après-midi : Cadre Légal, Consentement et Prise en main

2. Évolutions Juridiques et Technologiques (Privacy)

3. Prise en main de l'interface GTM

- Structure d'un compte (Compte, Conteneur).
- Installation du snippet GTM sur un site.
- Maîtrise du mode "Prévisualisation" (Preview) et des outils de débogage.
- Cas pratique : Sur un site "bac à sable", utilisation des outils de débogage pour : i) observer les déclenchements ii) valider la bonne prise en compte du consentement utilisateur

JOUR 2

4. Déployer Google Analytics 4 via GTM

5. Emploi des variables

6. Déclencheurs

7. Maîtriser le DataLayer

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h30 / 17h45

TARIF

2 190 euros HT

INTERVENANTE

Diane PELLETRAT DE BORDE, Fondatrice - Dibenn Consulting

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

8. Comprendre le Tracking Server-Side

9. Infrastructure et Configuration

10. Consolidation des flux de données

11. Tags Publicitaires Hybrides & API de Conversion

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de deux jours pour maîtriser les étapes du plan de taggage à la vérification de la collecte des données, du web au server-side

COMPÉTENCES VISÉES

- Appréhender l'écosystème du tracking et ses composants : dataLayers, cookies, tags, etc
- Construire un plan de taggage et vérifier sa mise en œuvre
- Comprendre comment enrichir vos tags media avec des paramètres personnalisés

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Être concerné par la mesure de la performance des campagnes digitales. Cette formation s'adresse plus particulièrement aux personnes en charge :

- de l'implémentation des tags (développeurs)
- de la performance des investissements digitaux : chefs de projet web-analytics, traffic managers, responsables acquisition

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

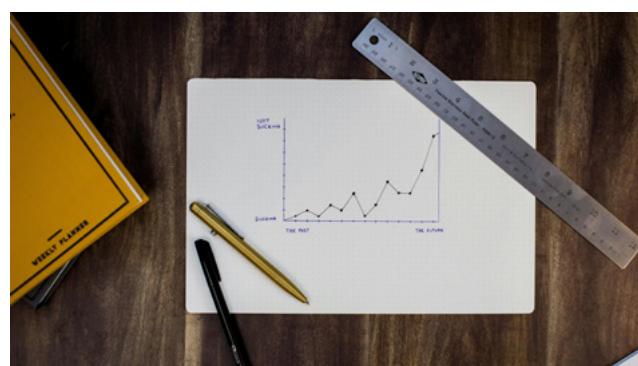


Photo par Isaac Smith sur Unsplash