HM FORMATION

Programme de formation

Google Tag manager : prise en main

Durée : 7 h

Objectifs : Exploiter Google Tag Manager pour optimiser la performance d'un ou plusieurs sites web

Pré-requis :

- Avoir suivi la formation Google Analytics prise en main ou connaissances équivalentes
- L'apprenant doit être dans un lieu calme pour suivre ses séances de formation et disposer d'une très bonne connexion internet.

Public : Responsable marketing et communication digitale, chef de projet Web ou marketing digital.

Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :

En format présentiel : mise en place d'un bureau / salle équipé par l'apprenant / client avec connexion internet. La formation peut également se dérouler dans nos locaux (dans ce cas mis à disposition si nécessaire d'un ordinateur équipé par HM Formation ainsi que les équipements comme un video-projecteur et paperboard)

Dans le cas d'une formation sur site client / apprenant un entretien sera effectué par nos services afin de vérifier l'adéquation des moyens techniques avec la formation.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

Alternance entre apports théoriques et applications pratiques sur Google Tag Manager.
Questionnaire d'évaluation en amont et en fin de formation
Méthode interactive et intuitive
Cas pratiques et études de cas, Quizz
Support Stagiaire

Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation : Exercices pratiques complété par une auto-évaluation des acquis en fin de formation.

Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants : Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

Modalité de suivi de l'action de formation : Feuille d'émargement co-signée par demi-journée ou séance de formation.

Détail du programme :

DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE TRACKING

Comprendre les étapes clefs d'un projet de tag management et webanalytics.

Définir des données utiles à collecter.
Créer un plan de taggage efficace.
Suivre l'avancée d'un projet de tag management et webanalytics.

MAÎTRISER GOOGLE TAG MANAGER

Comprendre les enjeux du tag management et l'intérêt de Google Tag Manager.
Comprendre les notions de tag, règles de déclenchements et variables.
Implémenter Google Tag Manager.
Configurer et organiser son compte Google Tag Manager.

CONFIGURER DES TAGS PUBLICITAIRES

Comprendre les modèles et périodes d'attribution.
Comprendre les conversions post-clic et post-view.
Configurer des tags Facebook.
Configurer des tags Adwords.

IMPLÉMENTER DES TAGS ANALYTICS ET PUBLICITAIRES (EXERCICES PRATIQUES)

Organiser un tracking e-commerce.
Implémenter des événements Google Analytics.
Créer des groupes de pages analytics.
Créer de pages virtuelles analytics.
Tracker des formulaires.
Tracker des clics sur des liens sortants.
Implémenter des tags Facebook.
Implémenter des tags Adwords.
Implémenter des tags personnalisés.

Sanction de la formation : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)