



GOOGLE TAG MANAGER

Objectifs : Améliorer la performance de votre site, de vos campagnes avec l'utilisation de Google Tag manager

Durée :
7 heures

Public & Pré-requis :
Tout public
Avoir des notions sur google Analytics

Modalités pédagogiques :
Méthode interactive.
Exercices d'application

Modalités de suivi :
Attestation de fin de Formation.
Evaluation

Profil formateur :
2 à 3 ans d'expérience mini dans le domaine. Et professionnels en poste dans le domaine enseigné

1. Présentation générale

- Présentation du logiciel et de l'intérêt des Tags et d'utiliser Google Tag Manager
- Les liens entre Google Analytics V4 et Tag manager
- Collecter des données utiles
- Créer une stratégie de Tag efficace

2. Le fonctionnement de Google Tag

- Configurer et paramétrer son compte Google Tag Manager
- Implémenter la solution
- Fabriquer un Tag
- Les règles de déclenchement et les variables d'un Tag
- Organiser le tracking (lien, lien sortant, formulaire,...)
- Créer des pages Analytics
- Analyser les Tags

3. Créer des tags publicitaires

- Le fonctionnement des Tags publicitaires
- Choisir sa cible
- Analyser les conversions
- Configurer des tags Google Adwords et Facebook