

# Google Tag Manager

Comprendre l'intérêt du Tag Management au sein de votre infrastructure digitale

Filière : **Optimisation & Conversion**    Sous-filière : **Tracking & Analytics**

RÉFÉRENCE

**GGTM1**

DURÉE

**1 JOUR (7H)**

PRIX UNITAIRE HT

**890 €**

## Description

Le but de la formation sur Google Tag Manager est de comprendre l'intérêt du Tag Management au sein de votre infrastructure digitale. En effet, aujourd'hui il est de plus en plus difficile de savoir quoi mesurer et comment rajouter de la mesure. Le Tag Management ne se limite pas au Web, mais va au-delà, notamment sur Mobile et offline. Durant cette formation, nous découvrirons ce qu'il est possible de faire avec du Tag Management au niveau du web et du mobile, de comment gérer la Data, tant en entrée, au niveau de la mesure et de la collecte qu'en sortie, au niveau des outils permettant par la suite l'analyse.

La formation sera centrée notamment sur un outil, Google Tag Manager, outil gratuit de Tag Management qui, en plus de s'intégrer parfaitement dans l'univers Google, peut être utilisé avec n'importe quelle autre solution d'analytics, de tracking, de plateforme publicitaires, etc.

Une partie théorique sera abordée le matin avant de passer sur un cas concret l'après de tracking d'un site e-commerce. La « philosophie » de l'outil sera explorée pour permettre aux participants de pouvoir suivre les évolutions de l'outil tout au long de leur utilisation. Les participants devront travailler en équipe à la définition de la mesure, de la collecte ainsi qu'à l'utilisation de l'outil pour tracker un site web type e-commerce.

## Objectifs pédagogiques

- Être capable de définir une mesure (théorique et pratique)
- Être capable de définir la méthode de collecte adéquate (théorique et pratique)
- Être capable de monter une architecture de tracking simple sur Google Tag Manager (théorique et pratique)
- Être capable de monter une architecture de tracking pour un site e-commerce sur Google Tag Manager (théorique et pratique)
- Comprendre le fonctionnement et la philosophie de Google Tag Manager (théorie)

## Public cible

### OXiane Institut

98 avenue du général Leclerc  
92100 Boulogne-Billancourt

RCS Nanterre 430 112 250 000 21 / Code NAF 6202A  
Organisme de formation N° 11 92 16 52 492



Développeurs front-end, personnes faisant de l'analytics ou utilisant les outils et ayant besoin de mettre en place de nouveaux trackings.

## Pré-requis

Avoir déjà utilisé régulièrement un outil d'analytics. Avoir des bases en javascript est un plus. Avoir déjà fait un plan de taggage est un plus. Avoir déjà fait du traitement de données est un plus. Il n'est pas nécessaire d'être un développeur ou un expert en analytics.

## Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'ateliers de mise en pratique des notions et concepts abordés pendant la formation.

## Méthodes pédagogiques

40% théorique / 60 % pratique

## Programme de la formation

### Matinée

- Définition de la structure de tracking web & mobile
- Définition des besoins de tracking et data d'aujourd'hui
- Définition d'un plan de tagging moderne
- Intégration de Google Tag Manager dans l'éco-système Google et autre
- Présentation de Google Tag Manager
  - Son fonctionnement
    - Dom Element
    - JS
    - CSS
    - HTML
  - Les Balises
  - Les déclencheurs
  - Les variables
- Présentation d'un cas d'étude de tagging de base

### Après-midi

### OXiane Institut



- Ateliers
  - Définition d'un plan de tagging sur un cas
  - Mise en place d'un Google Tag Manager en groupe – étape initiale
  - Correction de l'étape initiale
  - Suite de la mise en place avec du commerce électronique – étape avancée
  - Correction de l'étape avancée
  
- Trucs et astuces

## Qualité

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap, pour plus d'informations, c'est [ICI](#)



Programme mis à jour le **29 février 2024**