



PROGRAMME DE LA FORMATION · GOOGLE ANALYTICS 4

Formation Google Analytics 4 et Tag Manager – Expertise complète combinée Google Analytics 4 et Tag Manager

Associez l'analyse approfondie de GA4 à la puissance de Google Tag Manager pour une autonomie totale dans la gestion de vos données. Suivre cette formation vous permettra de piloter efficacement le trafic web, d'optimiser vos campagnes marketing, de créer des rapports sur-mesure et de concevoir un suivi robuste grâce à des stratégies de taggage avancées adaptées à vos besoins.

🕒 14 h

😊 Satisfaction 9,8/10

📊 Réussite 100 %

À qui s'adresse cette formation ?

- Responsable marketing ou communication
- Responsable acquisition
- Toute personne en charge d'un site ou d'une activité sur le web
- Tout professionnel souhaitant se former à Google Analytics 4 et Tag manager

Le programme de la formation



MODULE 1

Optimisation avancée du trafic web avec Google Analytics 4

1 Présentation de l'outil GA4

Objectif — Identifier les différentes parties de GA4 et l'impact du RGPD sur le tracking

- Qu'est-ce qu'un évènement sur GA4
- Quelques évènements utiles
- L'intérêt des évènements clés
- Deux types de rapports

- Utilisation du flux de données
- Google Analytics 4 et le respect du RGPD
- Administrer son compte GA4 : les bonnes pratiques

2 Fonctionnement des rapports

Objectif — Créer et personnaliser un rapport Standard et Explorer sur GA4

- Les rapports standard et comment les personnaliser
- Les vues d'ensembles
- Les différentes manières de filtrer
- Les rapports Explorer
- Audiences, segments et comparaisons

3 Créer des liens correctement trackés

Objectif — Créer des liens trackés et identifier le trafic dans les rapports GA4

- Pourquoi tracker ses liens
- Comprendre la différence entre acquisition de trafic et acquisition d'utilisateurs
- Le fonctionnement des UTM
- Comment créer un lien tracké
- Organiser vos liens trackés
- Les liens trackés dans le ADS
- Découvrez les événements existants de votre compte

4 Les événements dans GA4

Objectif — Créer et configurer des événements personnalisés dans GA4 en identifiant leurs dimensions et métriques à associer

- Différence entre dimensions et métriques
- Le lien entre événement et dimension / métrique
- Les types d'événements dans GA4
- Créer ou modifier des événements dans GA4
- Créer une dimension personnalisée
- Créer une métrique personnalisée et calculée

5 Créer des rapports en choisissant la bonne data

Objectif — Identifier les métriques et dimensions à utiliser selon son activité et créer les rapports adaptés

- Les dimensions et métriques utiles
- Quels rapports pour quelles analyses ?
- Les rapports du e-commerce

- Les rapports des sites vitrines / générations de leads
- Les rapports pour le SEO
- Les rapports pour les sites média
- Les autres types de rapports

6 La section Explorer

Objectif — Utiliser un modèle avec Explorer

- Les différents modèles
- Le format entonnoir
- Le format exploration de chemin



MODULE 2

Création d'un plan de taggage avancé avec Google Tag Manager

1 Présentation de l'outil Google Tag Manager

Objectif — Identifier les différentes parties de Google Tag Manager

- Les différentes fonctions de Google Tag Manager
- Les balises
- Les déclencheurs
- Les variables
- Le Data Layer
- Le mode prévisualiser
- Publier une version

2 Les différents types de déclencheurs

Objectif — Utiliser différents types de déclencheurs

- Les différents types de déclencheurs
- Utiliser les conditions dans les déclencheurs
- Les déclencheurs d'événement personnalisé
- Groupe de déclencheurs

3 Les différents types de variables

Objectif — Utiliser différents types de variables

- Activer les bonnes variables
- Les variables de couche de données
- Les variables intégrées
- Les variables avancées

4 Les différents types de balises

Objectif — Utiliser différents types de balises

- Les balises Google
- Dimensions et métriques personnalisés dans GA4
- Les paramètres de balises
- Le suivi des conversions avancées dans Google ADS

5 Élaborer un plan de taggage

Objectif — Créer un plan de taggage en fonction des besoins précis

- Pourquoi créer un plan de taggage
- Fonctionnement du plan de taggage

Objectifs de la formation

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de sélectionner les métriques et dimensions les plus pertinentes pour son activité. Il maîtrisera également l'utilisation de Google Analytics et Tag Manager pour concevoir des événements avancés, intégrer des métriques et dimensions personnalisées, et élaborer des rapports détaillés. Ces compétences lui permettront de suivre et d'optimiser efficacement le trafic de son site internet.

Ce que la formation change pour vous

Avant

- Vous jonglez entre collecte et analyse sans vision d'ensemble.
- Vos tags et vos rapports ne parlent pas le même langage.
- Événements et conversions sont incomplets ou mal posés.
- Vous ne reliez pas vos données à des décisions concrètes.

Après

- Vous maîtrisez la chaîne complète GTM → GA4.
- Vous posez un plan de taggage propre et le mesurez dans GA4.
- Vous configurez événements et conversions de bout en bout.
- Vous pilotez votre acquisition avec des rapports fiables.

Les points forts de cette formation



GA4 + GTM combinés

Maîtrisez la mesure et le marquage de bout en bout, en un seul parcours.



De la collecte à la décision

Du plan de taggage aux tableaux de bord réellement actionnables.



L'IA intégrée

Des assistants IA pour configurer et analyser plus vite.



Éligible financements

Finançable par votre OPCO ou votre FAF.

Votre formateur



Franck Bardou

Expert du digital · développement web & data

<https://www.linkedin.com/in/franck-bardou/>

Franck Bardou accompagne depuis **20 ans** les entreprises dans leur transformation digitale : web, data, marketing et automatisation.

Formateur mais aussi **créateur de l'organisme de formation certifié Qualiopi**, il conçoit des sessions **100 % pratiques**, construites sur vos propres outils et vos cas d'usage réels — jamais de théorie déconnectée du terrain. Il le sait : votre compétence doit servir le besoin de l'entreprise. Il conçoit donc votre formation comme **un investissement** — pour vous, mais aussi pour l'entreprise, **avec un ROI à la clé**.

Passionné par l'IA et les nouveaux usages, il vous transmet des méthodes **directement applicables dès la fin de la formation**.

Il reste disponible après la session pour répondre à vos questions et vous aider à mettre en œuvre ce que vous avez appris.

Infos pratiques

MODALITÉS

Distanciel ou présentiel, inter ou intra-entreprise. 100 % personnalisable.

MODALITÉS D'ACCÈS

Prise de contact avec nos différents formulaires afin d'échanger sur vos besoins et valider l'adéquation de la formation. Un devis personnalisé vous est ensuite adressé selon la modalité et le format souhaités.

DÉLAIS D'ACCÈS

Accès possible à la formation dans un délai de 7 jours postérieur à la signature de la convention de formation, et/ou dans un délai de 15 jours postérieur à la signature d'un contrat de formation, permettant le respect du délai de rétractation du client particulier.

FINANCEMENT

Finançable par votre OPCO ou votre FAF.

SANCTION DE LA FORMATION

Attestation de formation et certificat de réalisation

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap, ou orientation si besoin.

CATÉGORIE D'ACTION

Action de formation concourant au développement des compétences. Parcours pédagogique permettant d'atteindre un objectif professionnel.

CONTACT PÉDAGOGIQUE ET ADMINISTRATIF

Franck Bardou — franck@les-formateurs-du-digital.fr — 06 03 96 01 62

Modalités pédagogiques, évaluation et suivi

PRÉREQUIS

Aucun

TEST DE POSITIONNEMENT

Questionnaire à choix multiples ou entretien téléphonique conçu pour évaluer les compétences du stagiaire avant son inscription à la formation. Cela permet d'ajuster le parcours et, si nécessaire, d'orienter le candidat de manière appropriée.

MÉTHODES MOBILISÉES

Méthodes pédagogiques : Expositive, démonstrative, active

Moyens pédagogiques : Exposé, démonstration, mise en situation

Ressources pédagogiques : Support de cours et programme de formation.

Moyens techniques : Ordinateur, connexion internet, outil de visioconférence.

ÉVALUATION DES ACQUIS

Quiz de validation en fin de module et cas pratiques.

ÉVALUATION DE LA SATISFACTION

- Questionnaire de satisfaction à chaud, en fin de formation.
- Questionnaire de satisfaction à froid, 90 jours après la fin de la formation.

ACCOMPAGNEMENT ET SUIVI

Des séances régulières d'échanges sont prévues pour permettre aux stagiaires de partager leurs expériences, de poser des questions et de recevoir des retours sur leur apprentissage et leurs progrès.

JUSTIFICATIFS D'ASSIDUITÉ

Signature d'une feuille d'émargement par le formateur et le stagiaire, par demi-journée et/ou par séquence de formation. Production des exercices réalisés, avec corrections du formateur.

Votre accompagnement en formation à distance

Moyens d'organisation, d'accompagnement ou d'assistance, pédagogique et technique, en cas de formation ouverte à distance (article D. 6313-3-1 du Code du travail).

QUI VOUS ASSISTE

Durant toute la période de formation : Franck Bardou, responsable pédagogique et expert dans le domaine digital depuis 2005.

Durant les périodes synchrones : Franck Bardou, formateur de la formation.

COMMENT NOUS JOINDRE

Durant toute la période de formation : Le stagiaire peut être assisté par email (franck@les-formateurs-du-digital.fr), par téléphone (06 03 96 01 62), ou depuis son espace LMS.

Durant les périodes synchrones : Le stagiaire est assisté immédiatement via l'outil de visioconférence utilisé.

SOUS QUEL DÉLAI

Durant toute la période de formation : Dans un délai de 48 h ouvré maximum.

Durant les périodes synchrones : Immédiatement.

Tarifs & indicateurs

INTER - PRÉSENTIEL OU À DISTANCE

1180 € HT / personne

INTRA - PRÉSENTIEL OU À DISTANCE

1590 € HT

DURÉE

14 h

SATISFACTION

9,8/10

RÉUSSITE

100 %