

Google Analytics

## Passer de Google Universal Analytics à Google Analytics 4

1 jour (7h00) | ★★★★★ 4,6/5 | GOO4-ACT | Évaluation qualitative de fin de stage |  
Formation délivrée en présentiel ou distanciel <sup>(1)</sup>

Formations Digital & Multimédia › Data et analyses : mesurez, présentez, optimisez l'efficacité de vos données digitales › Google Analytics



### À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Améliorer vos compétences pour l'exploitation de Google Analytics 4 (GA4)
- Construire des tableaux de bords efficaces
- Mesurer et analyser grâce aux outils de segmentations et de rapports personnalisés
- Optimiser les performances de vos dispositifs Web
- Améliorer le ROI (retour sur investissement) de vos opérations de création de trafic
- Construire des tableaux de bords efficaces et utiles.

### Niveau requis

Avoir des connaissances et de l'expérience Google Analytics Universal ainsi qu'en Web Analytics.

### Public concerné

Webmasters, référenceurs, directeurs de site ou responsables marketing (tous secteurs confondus).

### Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

#### (1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel \* (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes \*\* démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

\* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. \*\* Ratio variable selon le cours suivi.

# Programme

## Rappel des fondamentaux Google Analytics

- Le code de tracking et fonctionnement
- Les informations envoyées dans les bases de Google
  - Hits
  - Sessions
  - Utilisateurs
- L'intervention de l'IA (Intelligence Artificielle) avec GA4
- Des limites repoussées
- GA4 (Google Analytics 4) : évolution ou révolution ?

## Les concepts de base Google Analytics 4

- Evènements
- Engagement
- Objectifs
- Comparaisons
- Segments
- Cohortes

## Structure d'un compte Google Analytics 4

- Compte, profil
- Configurer la collecte (Tag / GTM (Google Tag Manager) / UA)
- Paramétrer les filtres
- L'import de données et le measurement protocol
- L'association Google Ads

## Plan de marquage et paramétrage dans Google Analytics 4

- Utiliser les évènements par défaut
- Adapter et modifier les évènements par défauts (évènements de conversion)
- Créer et paramétrer des évènements spécifiques
- Créer
  - Des objectifs de conversion
  - Des dimensions personnalisées
  - Des statistiques personnalisées
- Marquage des campagnes de création de trafic

## Google Analytics 4 : parcours de l'interface

- Parcours du front office et utilisation de l'interface
  - Cycle de vie
  - Utilisateurs
  - Evènements
  - Explorateur

## Analyser son trafic : les tableaux de bords par défaut

- Analyse de trafic : manipulations des principaux tableaux de bords par défaut (acquisition, engagement, monétisation, fidélisation)
  - Dimensions
  - Dimensions secondaires
  - Comparaisons
  - Export et partage
  - Insights

## **Affiner son analyse, créer des rapports personnalisés : l'Explorer ou centre d'analyses**

- Structure de l'Explorer, interface et fonctionnalités :
  - Variables
  - Segments et filtres
  - Dimensions et statistiques
  - Paramètres des onglets
- Entraînement à la construction de rapports de type exploration :
  - Créer, modifier des segments
  - Ajouter dimensions, statistiques et filtres
  - Comparer
  - Application aux rapports d'analyse (cohortes, entonnoirs de conversion, chevauchement des segments, parcours utilisateurs, explorateur d'utilisateurs, durée de vie des utilisateurs)
  - Analyse de la galerie de modèles, modification d'un rapport personnalisé issu de la galerie
  - Scenarii, exemples d'analyses et exercices

## **Conclusion**

- Organiser son reporting et gagner du temps avec GA4 et Google Data Studio

## **Modalités d'évaluation des acquis**

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)