



Public	Responsable marketing et communication digitale. Chef de projet Web ou marketing digital.
Durée	1 journée - 7 heures
Pré-requis	Aucun
Objectifs	Exploiter Google Tag Manager pour optimiser la performance d'un ou plusieurs sites web et e-commerce. Compréhension du Concept de Gestion de Balises
Méthodes pédagogiques	Pour bien préparer la formation, le stagiaire remplit une évaluation de positionnement et fixe ses objectifs à travers un questionnaire. La formation est délivrée en présentiel ou distanciel (e-learning, classe virtuelle, présentiel et à distance). Le formateur alterne entre méthodes démonstratives, interrogatives et actives (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. Cette formation est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômés et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par Audit Conseil Formation.
Moyens techniques	1 poste de travail complet par personne De nombreux exercices d'application Mise en place d'ateliers pratiques Remise d'un support de cours Passage de certification(s) dans le cadre du CPF Remise d'une attestation de stage
Modalité d'évaluation des acquis	Evaluation des besoins et objectifs en pré et post formation Evaluation technique des connaissances en pré et post formation Evaluation générale du stage
Planning	Le 15/07/2024 Le 15/10/2024 Le 17/12/2024
Délai d'accès	L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 5 jours ouvrés avant le début de la session
Accessibilité handicapés	Au centre d'affaires ELITE partenaire d'ACF à 20 m. Guide d'accessibilité à l'accueil.

1. DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE TRACKING

- Comprendre les étapes clés d'un projet de tag management et Web Analytics.
- Définir des données utiles à collecter.
- Créer un plan de taggage efficace.
- Suivre l'avancée d'un projet de tag management et Web Analytics.

2. MAÎTRISER GOOGLE TAG MANAGER

- Comprendre les enjeux du tag management et l'intérêt de Google Tag Manager.
- Prendre en compte la fin des cookies tiers.
- Comprendre les notions de tag, règles de déclenchements et variables.
- Implémenter Google Tag Manager.
- Configurer et organiser son compte Google Tag Manager.

3. 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.

4. 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 des 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.

NOUS CONTACTER

Siège social

16, ALLÉE FRANÇOIS VILLON
38130 ÉCHIROLLES

Téléphone

04 76 23 20 50 - 06 81 73 19 35

Centre de formation

87, RUE GÉNÉRAL MANGIN
38000 GRENOBLE

E-mail

contact@audit-conseil-formation.com

Suivez-nous sur les réseaux sociaux, rejoignez la communauté !



ACF Audit Conseil Formation



@ACF_Formation



ACFauditconseilformation