

Google Analytics 4 / Data Studio / Google Tag Manager – Analyser, collecter, visualiser

Gagner en autonomie sur le tracking, l'analyse et le reporting digital

3 jours (21 heures)

Perfectionnement

Présentiel ou classe à distance

à partir de

2 080 € HT par personne (TVA en vigueur)

 Repas inclus en présentiel

Contenu mis à jour le 25/09/2026. Document téléchargé le 04/10/2026.

Dans un environnement digital où la donnée guide chaque décision marketing, savoir mesurer juste devient essentiel. Pour prendre les bonnes décisions, les équipes marketing doivent s'appuyer sur des données fiables, correctement collectées et facilement exploitables.

En trois jours, cette formation vous permet de gagner en autonomie sur Google Analytics 4, Google Tag Manager et Data Studio pour structurer votre mesure, analyser vos parcours utilisateurs et transformer vos reportings en leviers d'optimisation marketing.

Pourquoi maîtriser la suite Google Analytics 4 / Data Studio / Google Tag Manager ?

- Fiabiliser la collecte des données pour disposer d'indicateurs cohérents et exploitables
- Centraliser la lecture de la performance digitale pour suivre acquisition, engagement et conversion
- Automatiser ses tableaux de bord pour gagner du temps et faciliter le partage des résultats

Objectifs

- Analyser les performances digitales dans Google Analytics 4 à partir de questions business concrètes
- Déployer un tracking structuré avec GTM
- Créer des dashboards Data Studio professionnels et automatisés

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

Compétences acquises

Combiner les outils Google pour une analyse approfondie des données web.

À qui s'adresse cette formation ?

- Responsables marketing, responsables acquisition, traffic managers
- Webmasters, responsables e-commerce, chefs de projet digital
- Toute personne souhaitant piloter la performance de ses actions digitales avec GA4, GTM et Looker Studio

Prérequis

Connaître les fondamentaux du marketing digital et avoir déjà utilisé Google Analytics 4

Programme

1 Pendant votre formation

Google Analytics 4 / Data Studio / Google Tag Manager – Analyser, collecter, visualiser

Modules distanciels :

- E-quizz en amont/aval de la formation.

Jour 1 — Analyser les performances digitales avec Google Analytics 4 (GA4)

Structurer son dispositif de mesure digitale

- Situer GA4, GTM et Data Studio dans la chaîne de mesure digitale.
- Identifier les objectifs business à mesurer : acquisition, engagement, conversion, fidélisation.
- Définir les KPI utiles selon les objectifs marketing.

Maîtriser les bases de Google Analytics 4

- Identifier le modèle de données basé sur les événements de GA4
- Passer en revue les principaux indicateurs (utilisateurs, sessions, engagement...)
- Appréhender l'impact du consentement sur la collecte
- **Cas pratique** : créer une propriété GA4 et configurer son flux de données

Naviguer dans l'interface et exploiter les rapports

- Naviguer dans l'interface GA4
- Exploiter les rapports standards : Acquisition, Engagement, Monétisation, Fidélisation
- Lire les principaux indicateurs : utilisateurs, sessions, engagement, événements, conversions
- Manipuler les dimensions, dimensions secondaires et comparaisons
- **Atelier pratique** : répondre à des questions business à partir des rapports du compte de démonstration Google Merchandise Store

Mesurer ses campagnes d'acquisition

- Identifier la performance de ses sources de trafic (SEO, Google Ads, emails, etc.)
- Mesurer la performance des campagnes avec les UTM
- **Atelier pratique** : créer des liens trackés avec des UTMs pour des campagnes fictives et personnaliser son groupe de canaux en fonction des besoins
- Approfondir ses analyses avec le module « Explorer » et ses principales techniques d'analyse avancées : format libre, entonnoir, parcours utilisateur
- **Atelier pratique** : créer des rapports personnalisés dans Explorer en fonction des besoins

Jour 2 — Déployer un tracking structuré avec Google Tag Manager (GTM)

Prendre en main l'environnement Google Tag Manager

- Identifier l'intérêt d'un outil comme Google Tag Manager : autonomie, flexibilité, performance
- Présenter et organiser l'espace de travail
- Créer un container et l'installer sur son site
- Assimiler les concepts clés : balises, déclencheurs, variables et data Layer (ou couche de données)
- **Atelier pratique** : créer un container GTM et l'installer sur un site de démo WordPress ecommerce

Déployer et tester ses premières balises

- Installer la balise de Google Analytics 4
- Tester un tag et le publier
- Découvrir la galerie de tags de la communauté et la balise HTML personnalisée
- **Atelier pratique** : installer la balise de GA4

Suivre les interactions clés des utilisateurs

- Exploiter les options de tracking natives de GTM : clics sur éléments, profondeur de défilement, lectures vidéo YouTube
- Créer des dimensions personnalisées
- Passer à des options plus avancées avec des écouteurs d'événement personnalisé et des pushes dataLayer
- Capturer les envois de formulaire : méthodologie pour sélectionner l'approche adaptée
- **Atelier pratique** : créer des événements dans GA4 pour suivre des clics / vidéos et soumission de formulaires

Mesurer les conversions et fiabiliser la collecte

- Paramétrer des conversions dans GA4
- Comprendre les principes du tracking e-commerce
- Installer un tag de suivi de conversion Google Ads
- Identifier les principes d'intégration des pixels publicitaires
- **Atelier pratique** : créer un événement de conversion dans GA4 et vérifier sa remontée dans les outils de mesure

Jour 3 — Créer des dashboards automatisés avec Data Studio

Construire un dashboard Data Studio exploitable

- Situer Data Studio parmi les outils de datavisualisation et identifier ses cas d'usage prioritaires

- Découvrir l'interface : rapports vs sources de données
- Connecter GA4 comme source de données
- Structurer un tableau de bord : objectifs, filtres, KPI, graphiques, commentaires
- Créer et utiliser vos premiers graphiques
- Styliser et finaliser le rapport
- **Atelier pratique** : construire un dashboard marketing one-page avec GA4 et Data Studio

Transformer et enrichir ses données

- Choisir les visualisations adaptées : scorecards, tableaux, séries temporelles, graphiques
- Paramétrer les sources de données : champs, renommage, masquage
- Créer des champs calculés simples : panier moyen, taux, regroupements personnalisés
- Utiliser les filtres, sélecteurs de dates et paramètres

Partager, automatiser et faire vivre son reporting

- Gérer les droits d'accès
- Programmer le partage et l'envoi automatique du reporting
- Définir une routine d'analyse : fréquence, indicateurs, alertes, décisions à prendre

Fiabiliser la chaîne de mesure et prioriser les optimisations

- Vérifier la cohérence entre plan de mesure, événements collectés et dashboard final
- Identifier les écarts de données les plus fréquents
- Documenter son dispositif de tracking
- Définir une routine d'analyse : fréquence, indicateurs, alertes, décisions à prendre
- Prioriser les optimisations marketing à partir des données

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

Nous contacter pour en savoir plus →

Intervenants

Anne Marie DEVILLERS

Formatrice-consultante experte dans le marketing digital et l'e-commerce B2C. 15 années d'expérience professionnelle, chez Google, en agence et pour des sites de vente en ligne.

Modalités pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours.

Techniques pédagogiques :

Pédagogie participative mettant l'apprenant au cœur de l'apprentissage. Utilisation de techniques ludo-pédagogiques pour une meilleure facilité par une évaluation continue des connaissances au moyen d'outils digitaux et/ou de cas pratiques.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement en ligne sur la plateforme.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Détails de la session

Du 7 décembre 2026 au 8 décembre 2026 (3 jours / 21 heures)

À distance

Du 7 décembre 2026 au 8 décembre 2026 **À distance**

- 7 décembre 2026 9h00 – 17h30
- 8 décembre 2026 9h00 – 17h30