

FORMATION DATA

Digital Analytics

Google Analytics 4 (GA4)

Vocabulaire et concepts, grands indicateurs, prise en main de GA4 et lecture de la performance.

Durée

1/2 journée (3h30)

Tarif

1 200€^{HT} / session

Effectif

1 à 5 participants

Modalité

**Présentiel ou
distanciel synchrone**

Formateur



Consultant expert

Accessibilité

**Accessible aux personnes
en situation de handicap**[Contactez-nous](#) pour adapter les modalités.

PUBLIC VISÉ

Chefs de projet digital

Responsables marketing

Traffic managers

PRÉREQUIS

- Absence de pré-requis.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- ✓ Maîtriser le vocabulaire du digital analytics et les concepts de base (dimensions, métriques, événements, cookies)
- ✓ Comprendre le rôle de l'analyste digital et la chaîne de la donnée (collecte, mesure, restitution)
- ✓ Interpréter les grands indicateurs d'audience et de conversion (utilisateurs, sessions, pages vues, taux d'engagement, taux de conversion)
- ✓ Naviguer dans l'interface de Google Analytics 4 et son modèle événementiel
- ✓ Construire un rapport personnalisé / une exploration et restituer des données exploitables

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques illustrés par des cas concrets et ateliers pratiques



Ateliers pratiques sur la plateforme (cas concrets ou données du participant).



Échanges et retours d'expérience entre participants.



Support de formation remis à chaque participant

TARIFS

Tous nos tarifs sont indiqués en euros HT. Un devis personnalisé peut être établi sur demande.

Le tarif de cette formation est de 1200 € HT par session pour 5 personnes maximum (250€ par participant supplémentaire).

MODALITÉS DE RÈGLEMENT

Le règlement s'effectue par virement bancaire à réception de la facture émise à l'issue de la formation. Un acompte de 30 % peut être demandé à la signature de la convention de formation.

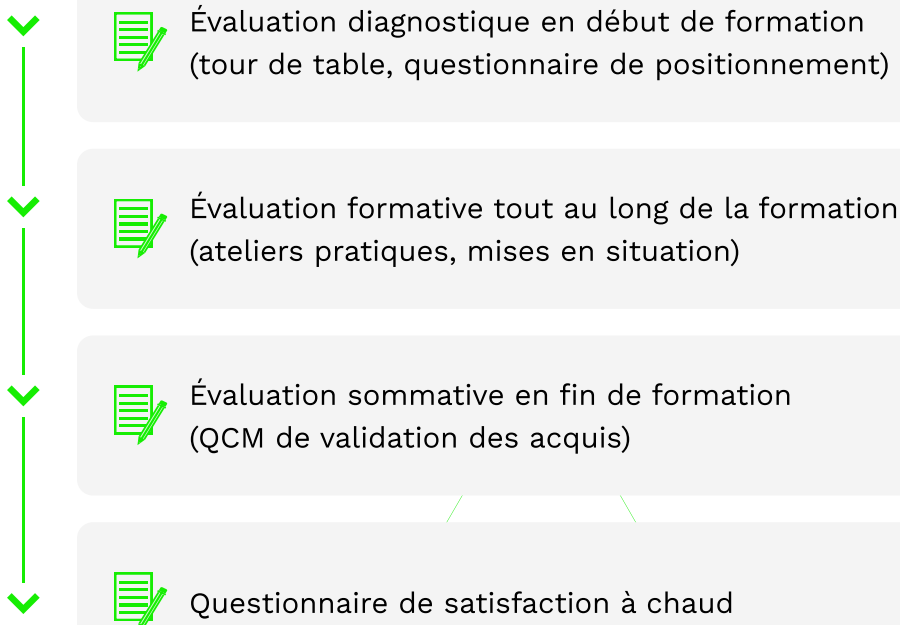
ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Pour toutes nos formations, nous réalisons des études préalables à la formation pour adapter les locaux, les modalités pédagogiques et l'animation de la formation en fonction de la situation de handicap annoncée. Le DUERP (document unique d'évaluation des risques professionnels) du client s'applique à la formation.

En fonction des demandes, nous mettrons tout en œuvre pour nous tourner vers les partenaires spécialisés.

Référent Handicap : Quentin Benoliel - quentin.benoliel@junto.fr

MODALITÉS D'ÉVALUATION



MOYENS D'ENCADREMENT



Profil du formateur

Consultant(e) senior en digital analytics et data, avec une expertise multi-outils (GA4, Matomo) et une vision transverse de la chaîne de la donnée.



Expérience

Plus de 13 ans d'expérience en digital analytics : web analyste (La Redoute), responsable des données digitales (Boulanger), responsable du pôle Analytics (Showroomprive.com), Head of Data (Junto). Interventions auprès de grands comptes e-commerce et d'agences.



Compétences techniques

Expertise en digital analytics, modèle événementiel GA4, plan de marquage, indicateurs d'audience et de conversion, tunnels de conversion, user-ID, conformité RGPD et consentement. Maîtrise des outils de restitution (interface GA4, exports, BigQuery, Looker Studio).



Compétences distanciel

Maîtrise des outils de visioconférence (Zoom, Teams, Google Meet), partage d'écran interactif, animation à distance, gestion de breakout rooms pour les ateliers pratiques.



Contact formateur

Le formateur est joignable par email avant, pendant et après la formation.

- Pendant la formation : disponible en continu.
- Après la formation : disponible par email du lundi au vendredi, 9h–18h, pendant 30 jours pour les questions de mise en pratique.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 Vocabulaire et concepts du digital analytics **1h**

Modes pédagogiques : Exposé interactif Échange collectif Synchrone

- ✓ L'analyse digitale : collecte, mesure, analyse et reporting des données
- ✓ Le rôle de l'analyste digital : contrôler, manipuler, contextualiser la donnée
- ✓ Dimensions et métriques : un fait vs un contexte
- ✓ Les événements : mesure d'une action déclenchée (modèle événementiel)
- ✓ Les cookies : définition, durée de vie (13 mois), consentement préalable
- ✓ Tag, code de tracking et tag management (TMS, conteneur / master tag)
- ✓ Le datalayer : rôle et vérification (console développeur F12)

MODULE 2 Les grands indicateurs et la performance **1h10**

Modes pédagogiques : Exposé interactif Exercice pratique Synchrone

- ✓ Les 3 grands indicateurs : utilisateurs (visiteurs), sessions (visites), pages vues
- ✓ Visiteur ≠ personne physique : comptage par navigateur, biais multi-device
- ✓ User-ID et déduplication cross-device
- ✓ Durée de session, temps passé et limites de l'indicateur
- ✓ Taux de rebond / taux d'engagement (GA4) et taux de sortie
- ✓ Conversions : macro vs micro-conversion, taux de conversion
- ✓ L'entonnoir / tunnel de conversion et taux de complétion
- ✓ Atelier pratique : lecture de parcours de navigation et recommandations

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 3 Prise en main de Google Analytics 4 **50 min**

Modes pédagogiques : Atelier collaboratif Démonstration Synchrone

- ✓ Le modèle événementiel GA4 (vs sessions de l'ancien Universal Analytics)
- ✓ Navigation : sélection de la propriété, plages de dates, comparaisons
- ✓ Rapports standards et explorations
- ✓ Création d'un rapport personnalisé / d'une exploration
- ✓ Restitution : interface web, export, BigQuery, Looker Studio

SYNTHÈSE Synthèse et roadmap d'optimisation **30 min**

Modes pédagogiques : Échange collectif Synchrone

- ✓ Récapitulatif des acquis de la journée
- ✓ La démarche d'optimisation : Définir → Mesurer → Analyser → Améliorer → Contrôler
- ✓ Prochaines étapes concrètes





CONTACT & INSCRIPTION

Junto — Agence Paid Media

Organisme de formation — Déclaration d'activité en cours

La prise de rendez-vous pour procéder à l'inscription s'effectue via le formulaire disponible sur la page Formation sur junto.fr/formations