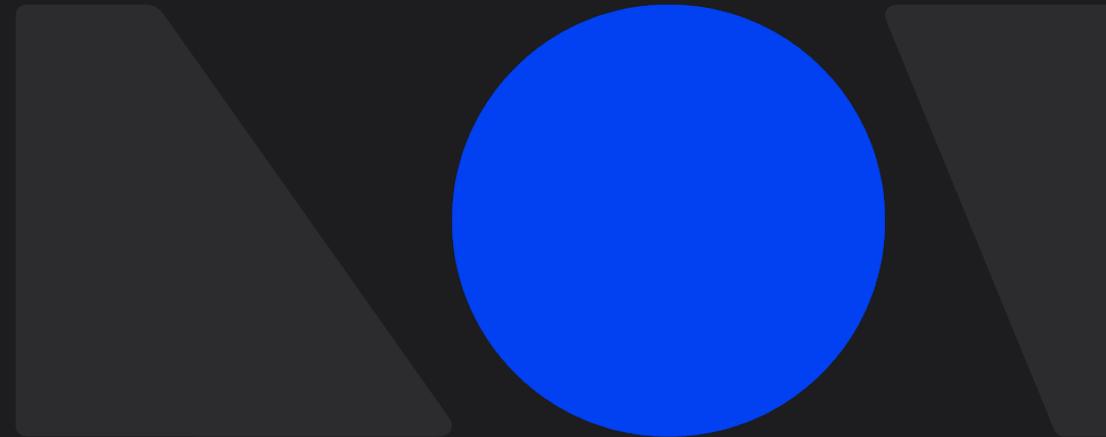


Série Masterclass

Webinaire

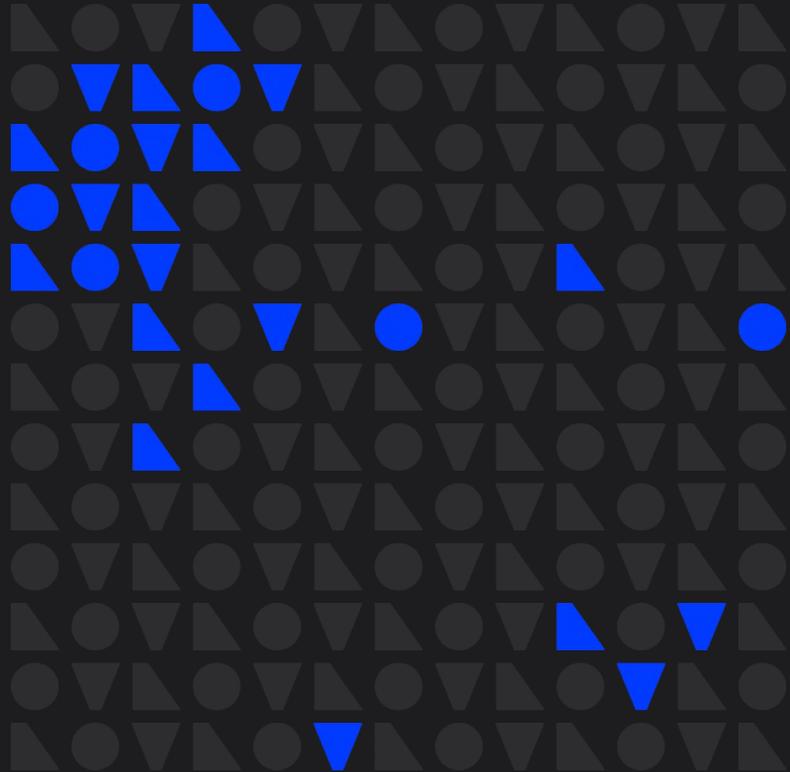
GA4 : comment en tirer pleinement profit?



Créateurs d'efficacité technologique

2

Masterclass GA4



Notre mission

Propulser les organisations les plus ambitieuses grâce à nos solutions technologiques et d'affaires.

Notre vision

Être reconnue mondialement comme force motrice et partenaire technologique pour les entreprises en évolution.

Notre positionnement

En tant que collectif de stratèges, concepteurs et ingénieurs en technologie, nous unissons nos expertises afin de braver les défis d'affaires les plus complexes.

Vos experts



Maxime St-Jean Bergeron

Directeur, Performance numérique



Arnaud Montpetit

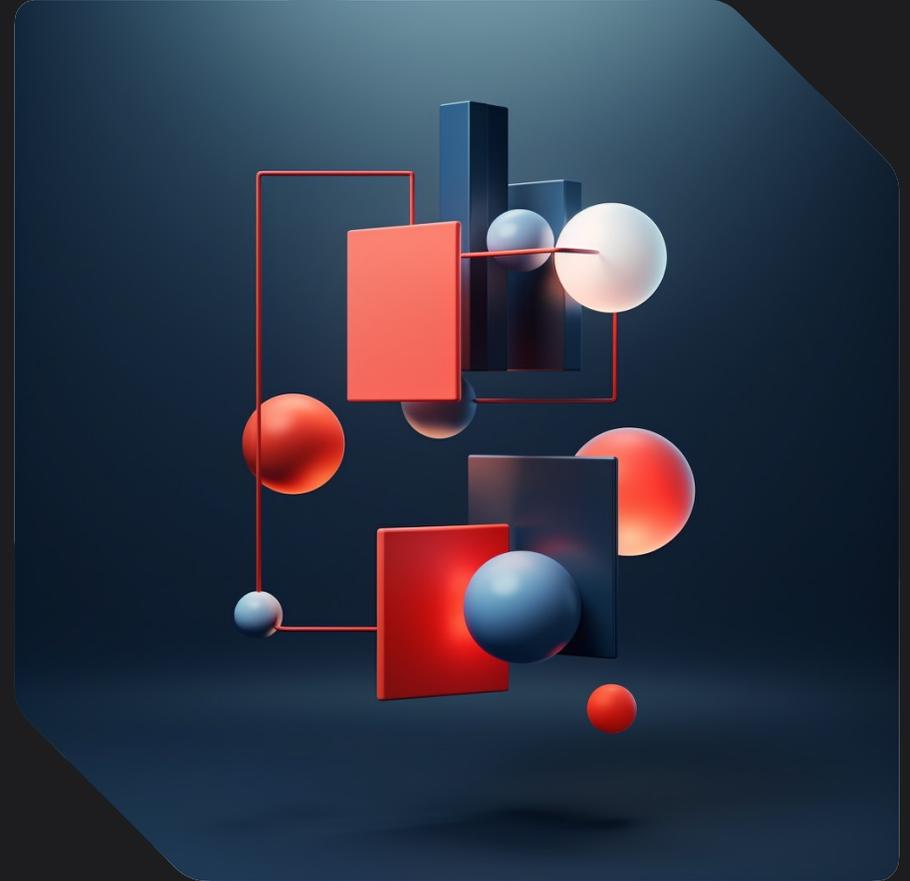
Vice-président, Stratégie



Ordre du jour

- Présentation des experts
- Survol des nouveautés
- 01 — Personnalisation de la collecte
- 02 — Événements séquentiels et audiences
- 03 — Visualisation en entonnoir
- 04 — Identification et exclusion du trafic interne
- Questions

UA vs GA4 : plusieurs différences et nouveautés

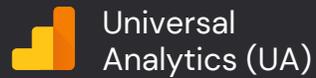


UA vs GA4 : différences et nouveautés

	 Universal Analytics (UA)	 Google Analytics 4 (GA4)
Logique de collecte de données (<i>Hit types</i>)	Pages vues, événements, social, transactionnel, temps et plus	Événements
Sessions et utilisateurs	Sessions / Utilisateurs	Sessions ou trafic / Utilisateurs
Support multiplateforme	Web	Web + App (iOS + Android)
Identification des utilisateurs	Cookies	Cookies / UserID / Google Signals
Structure de compte	Compte / Propriété / Vue	Compte / Propriété
Mesure d'engagement	Taux de rebond (<i>bounce rate</i>)	Taux d'engagement

Une nouvelle logique de collecte de données

Une structure plus flexible, basée sur les événements



Événement

catégorie

action

libellé

Cadre simple, mais limitant

Un maximum de 3 niveaux hiérarchiques



Événement

Nom événement

paramètre

...

jusqu'à 25 paramètres

...

Possibilité de transmettre jusqu'à 25 paramètres d'événements

Introduction du *machine learning* et de l'analyse prédictive

Les nouveautés abordées aujourd'hui



- 01  Personnalisation de la collecte de données
- 02  Création d'audiences basées sur une suite d'événements séquentiels
- 03  Visualisation des parcours utilisateurs en entonnoir
- 04  Identification et exclusion du trafic interne

01

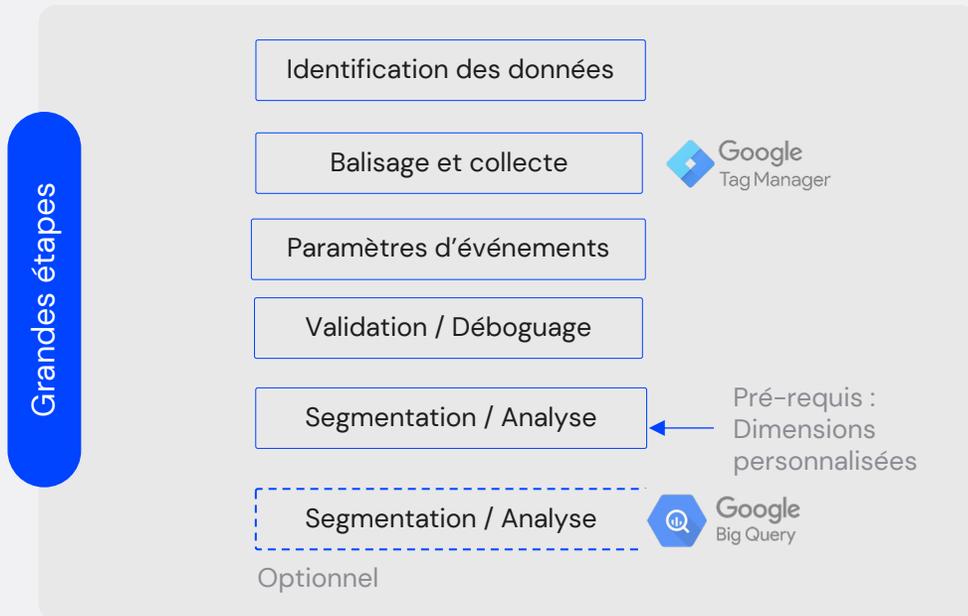
Personnalisation de la collecte de données



Personnalisation de la collecte de données

Avantages :

- GA4 offre une plus grande flexibilité au niveau de la collecte de données via les paramètres d'événements
- Segmentation comparative possible (i.e. : utilisateurs sur des plans gratuits vs payants)



Exemples de paramètres d'événements

Produits (e-commerce)

- Product ID
- Product Name
- Quantity
- Price
- Category
- Currency
- Transaction ID

Utilisateur (compte)

- User Type
- Subscription
- Status
- Membership Level
- Balance
- Language preference

Contenu

- Article ID
- Author
- Category
- Word Count
- Publication Date

Jeu

- Game Level
- Achievements
- Time Spent
- In-Game Purchases
- Referrals

Generated test data

A theme and populated test store by Shopify to help you test commerce primitives.

[Shop products](#)

Featured products



Country
Canada ▾

Your online store is password protected with "webinaire". [Manage store access](#)

 Tag Assistant



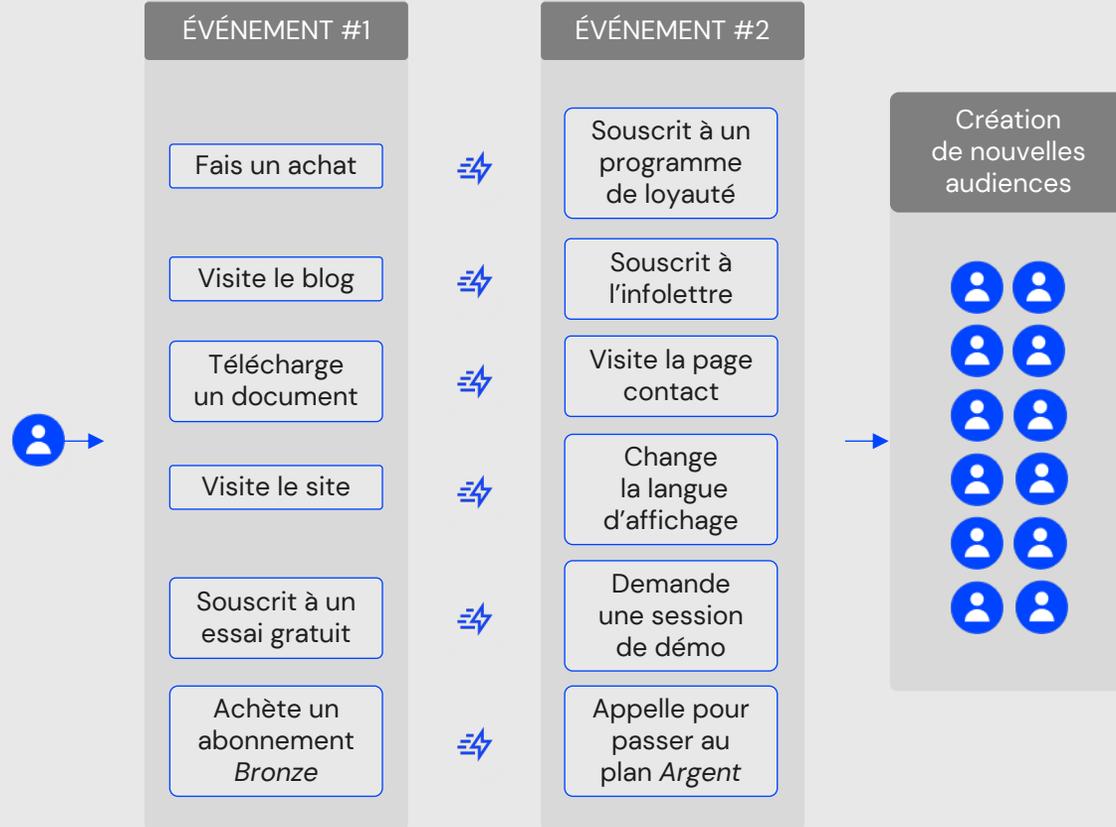
02

Création d'audiences basées sur une suite d'événements séquentiels



Création d'audiences séquentielles

Cas d'utilisation



Avantages

- **Meilleure segmentation** des utilisateurs pour la mise en œuvre de tactiques plus ciblées
- **Meilleure compréhension des activités des utilisateurs et des conversions** générées par les offensives marketing
- **Optimisation des campagnes** publicitaires avec les stratégies d'enchères automatisées
- Permet de **générer un événement analytique** qui s'est potentiellement **produit hors-ligne** en se basant sur les paramètres d'événements disponibles lors de la visite de l'utilisateur sur le web
- Peut **simplifier la structure de tracking/tagging** au niveau du site web et minimiser les efforts de développement



ADMIN USER

Property + Create Property

Logient Analytics Test (409947890)

- ←
- Setup Assistant
- Property Settings
- Property Access Management
- Data Streams
- Events
- Conversions
- Audiences**
- Custom definitions
- Data Settings
 - Data Collection
 - Data Retention
 - Data Filters
 - Channel Groups
- Data Import
- Reporting Identity
- Attribution Settings

Last 28 days Sep 6 - Oct 3, 2023 Compare: Aug 9 - Sep 5, 2023

Audiences



New audience

Audience name	Description	Users ?	% Change	Created On ↓
All Users	All users	< 10 Users	-	Oct 4, 2023
Purchasers	Users who have made a purchase	< 10 Users	-	Oct 4, 2023

Items per page: 25 1 - 2 of 2

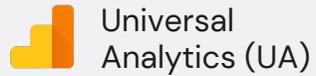


03

Visualisation des parcours utilisateurs en entonnoir



Visualisation des parcours en entonnoir



- Fonctionnalité disponible, mais peu flexible
- Basée sur des pages vues d'URLs



Funnel optional

ON

Use an app screen name string or a web page URL for each step. For example, use *My Screen* for an app and */thankyou.html* instead of *www.example.com/thankyou.html* for a web page.

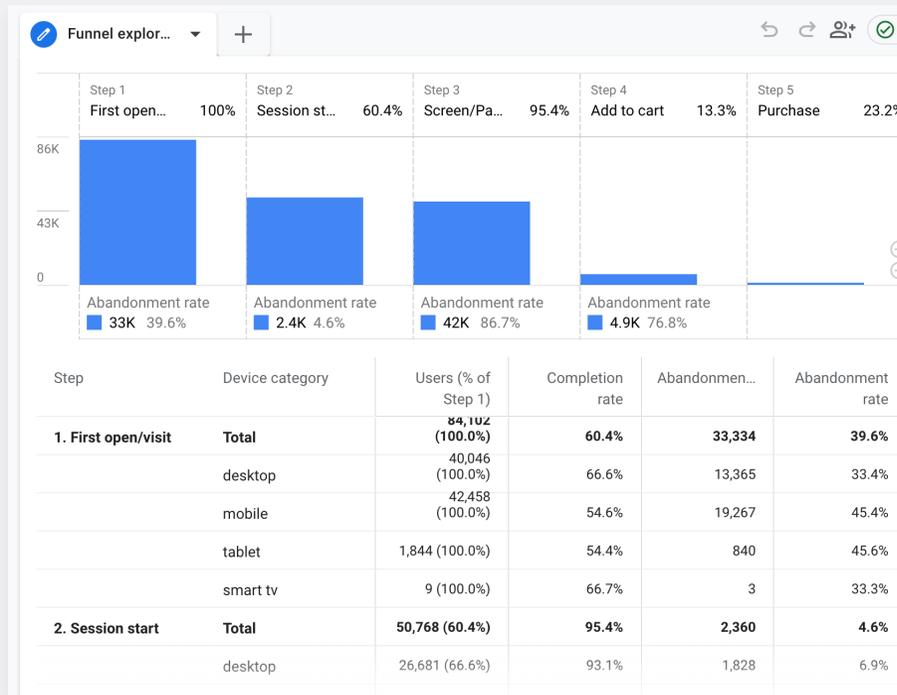
Step	Name	Screen/Page	Required?
1	Panier	/cart	<input type="checkbox"/> NO
2	Contact	/checkout/contact_information	<input checked="" type="checkbox"/>
3	Livraison	/checkout/shipping	<input checked="" type="checkbox"/>
4	Paiement	/checkout/payment	<input checked="" type="checkbox"/>

- Google Analytics 4 permet de créer une visualisation en entonnoir pour pratiquement n'importe quel processus séquentiel de votre site.
- Chaque étape peut être une dimension quelconque (i.e démographie, événement, technologie utilisée, etc.)

Visualisation des parcours en entonnoir

Avantages :

- Meilleure compréhension du parcours et des points de friction ou d'abandon
- Segmentation comparative possible (i.e : CPC vs organique, Canada vs US, EN vs FR)



Cas d'utilisation

Commerce électronique

- Vue d'un produit
- Ajouter au panier
- Paiement / Checkout en français
- Achat

Inscription ou création de compte

- Comparaison options
- Formulaire
- Sélection des préférences
- Inscriptions

Engagement avec du contenu

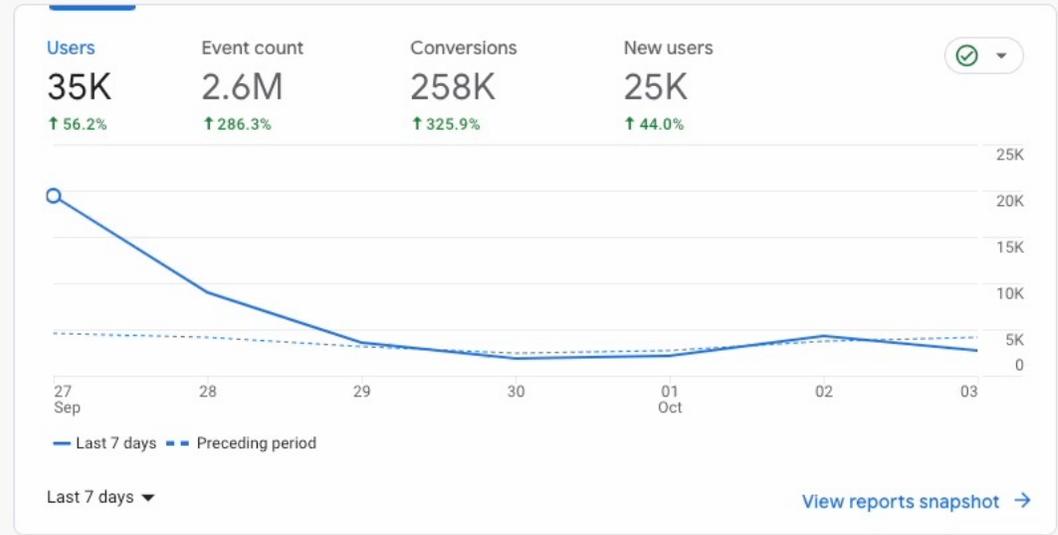
- Ouverture d'un article
- Défilement de la page
- Partage ou commentaire
- Inscription à l'infolettre

Utilisation d'application mobile

- Téléchargement
- Onboarding
- Création du profil
- Utilisation des fonctionnalités



Home



Recently accessed

- Explore (Just Now)
- Traffic acquisition (today)
- Reports snapshot (today)
- Custom definitions (today)

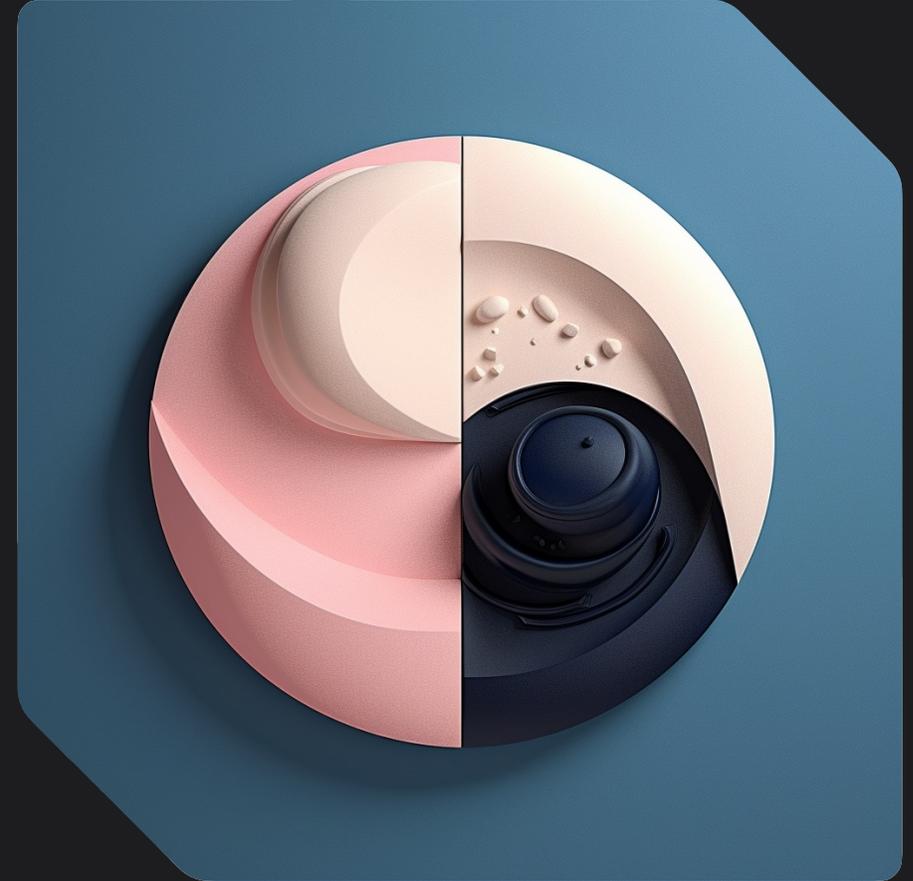
Suggested for you

- Sessions by Session default c
- Views by Page title and screen
- Users by Country ID

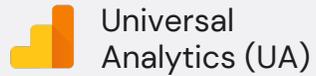


04

Identification et exclusion du trafic interne



Identification et exclusion du trafic interne



Permettait l'exclusion du trafic grâce à l'utilisation de filtres sur les vues filtrées qui ont disparu



20

Masterclass GA4

× Create internal traffic rule maximestjb.ca G-PQC6H6BVKN Create

Define traffic that should be marked as internal. Incoming traffic from matching IP addresses will have a "traffic_type" parameter appended with the selected value. [Learn more](#)

Configuration

Rule name ⓘ
Bureau de Montréal

traffic_type value ⓘ
internal_montreal

IP addresses ⓘ

Match type	Value
IP address is in range (CIDR notation)	192.02.02./024

- Identification du trafic interne
- Filtre (exclusion) du trafic dans les rapports
- Une entreprise ayant plusieurs bureaux pourrait identifier les utilisateurs de chaque bureau / endroit et analyser leur comportement, sans pour autant les exclure des rapports complètement

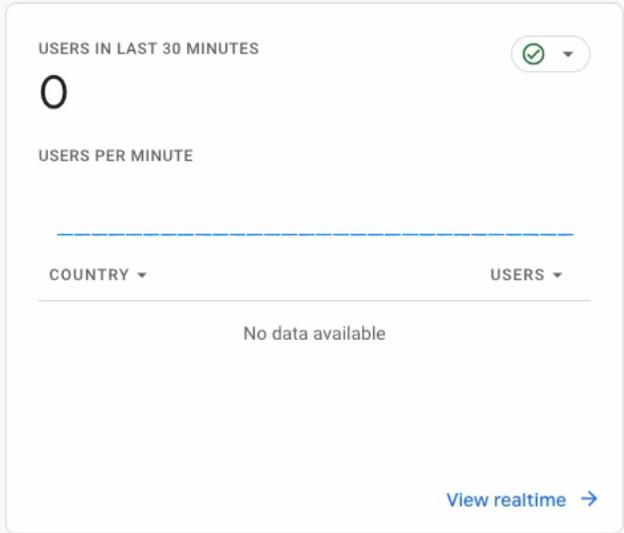
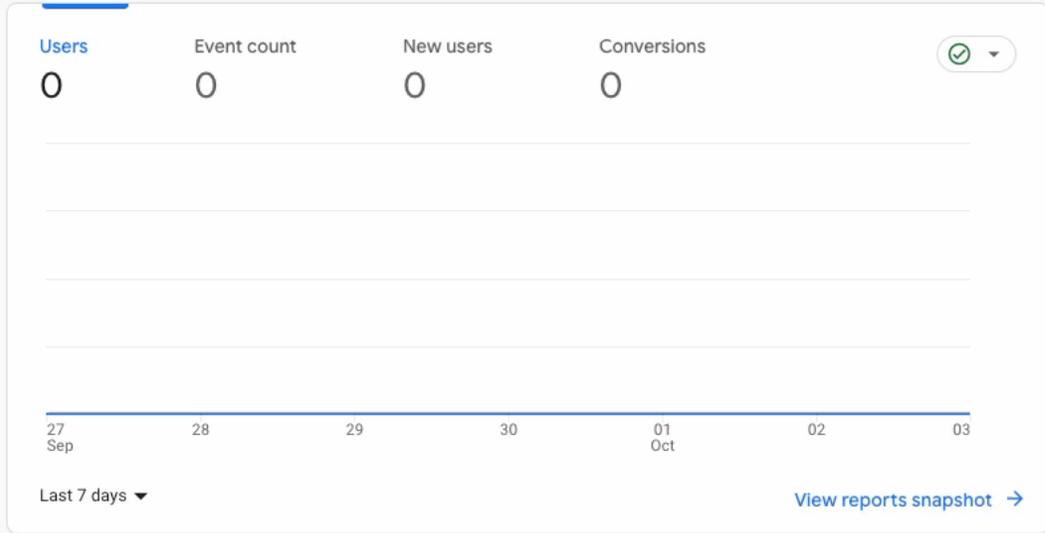


Home

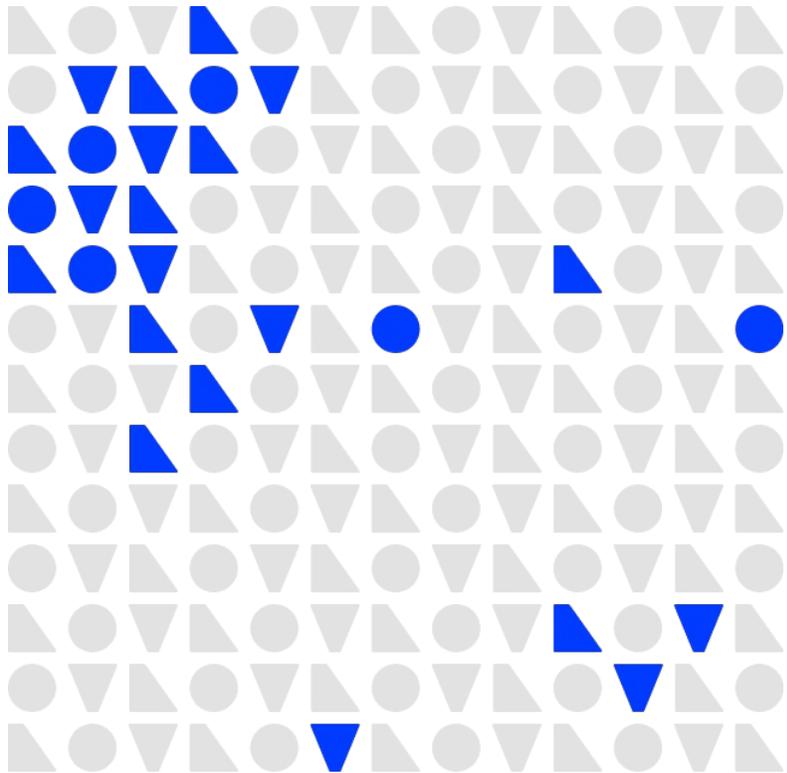
No data received from your website yet.

To start collecting data make sure your website is tagged using the Measurement ID: **G-DLKJVBLQFQ**

[Get tagging instructions](#)



Conclusion – astuces pour tirer pleinement profit de GA4



Appliquez les meilleures pratiques liées à la loi 25

Collectez suffisamment de données pour pouvoir utiliser les fonctions basées sur l'IA

Utilisez un user ID pour optimiser le suivi utilisateur au fil des sessions

Entourez-vous d'experts pour vous aider à atteindre vos objectifs d'affaires

Merci ! Des questions ?

Pour toute information :

Maxime St-Jean Bergeron, Directeur, Performance numérique
maxime.bergeron@logient.com

