

GOOGLE TAG MANAGER

GUIDE D'UTILISATION & CONVENTION DE NOMMAGE

SOMMAIRE

INTRODUCTION : PRÉSENTATION DE GOOGLE TAG MANAGER

Page 4

01. PRINCIPES GÉNÉRAUX D'UTILISATION DE GTM

Page 6

02. CONVENTION DE NOMMAGE

Page 10

03. LES BONNES PRATIQUES AU SEIN DE L'OUTIL

Page 16

04. AVANT DE METTRE EN PRODUCTION – JE PENSE À...

Page 19

RÉSUMÉ : QUE DOIS-JE ABSOLUMENT FAIRE DANS GOOGLE TAG MANAGER ?

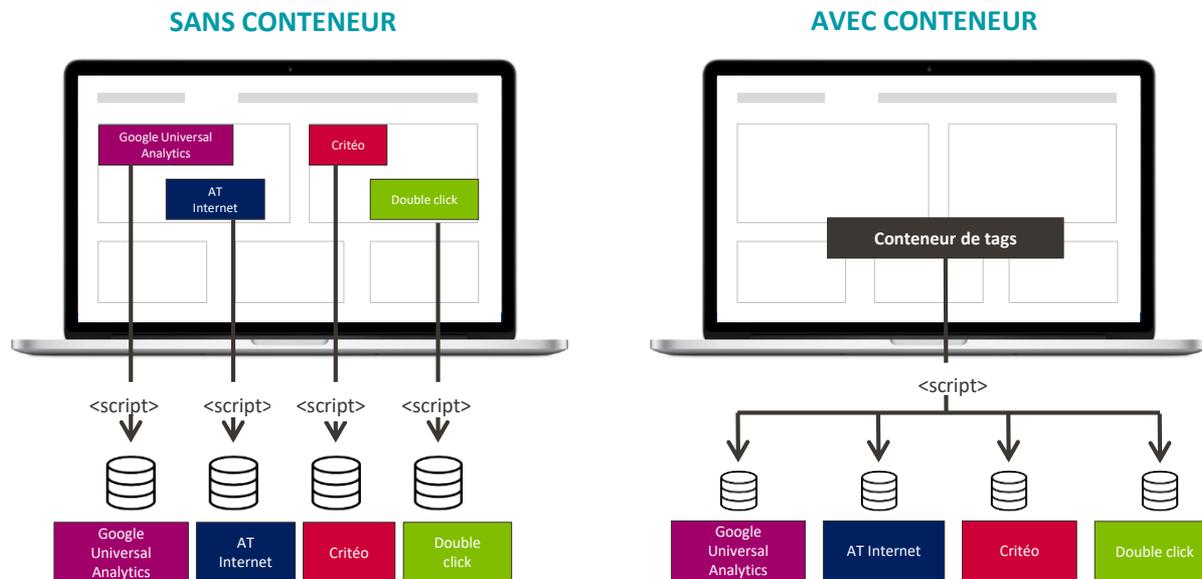
Page 22

VERSION DU DOCUMENT

Version	Date	Auteur	Société	Email	Commentaire
1.1	06/10/2017	Charlotte POULAIN	CONVERTEO	cp@converteo.com	Création du document

INTRODUCTION : PRÉSENTATION DE GOOGLE TAG MANAGER

Google Tag Manager est un « Conteneur de tags » ou « Tag Management System (TMS) ». Il permet d'encapsuler plusieurs tags via la pose d'un script unique sur l'ensemble des pages d'un site. Les règles de déclenchement reposent quant à elles sur des déclarations de variables ou l'affichage de pages.



INTRODUCTION : PRÉSENTATION DE GOOGLE TAG MANAGER

Les **principaux bénéfices** de l'utilisation d'un T.M.S, plutôt qu'une implémentation directe de Google Analytics sur vos plateformes :

RÉDUIRE LES COÛTS

Diminuer les frais de maintenance liés au tracking : Les interventions d'un développeur sont limitées au minimum nécessaire car après l'implémentation initiale de l'outil, le tracking est piloté via l'interface GTM.

ÊTRE PLUS AGILE

- **Simplifier l'ajout ou la suppression de tags** spécialisés via l'interface
- **Limiter le nombre d'itérations** avec des prestataires différents lors d'un projet de tracking

GAGER DU TEMPS

- **Raccourcir les délais d'implémentation** des nouveaux tags et lancer les campagnes plus rapidement
- **Recetter en local** avant la mise en production

OPTIMISER LA PERFORMANCE

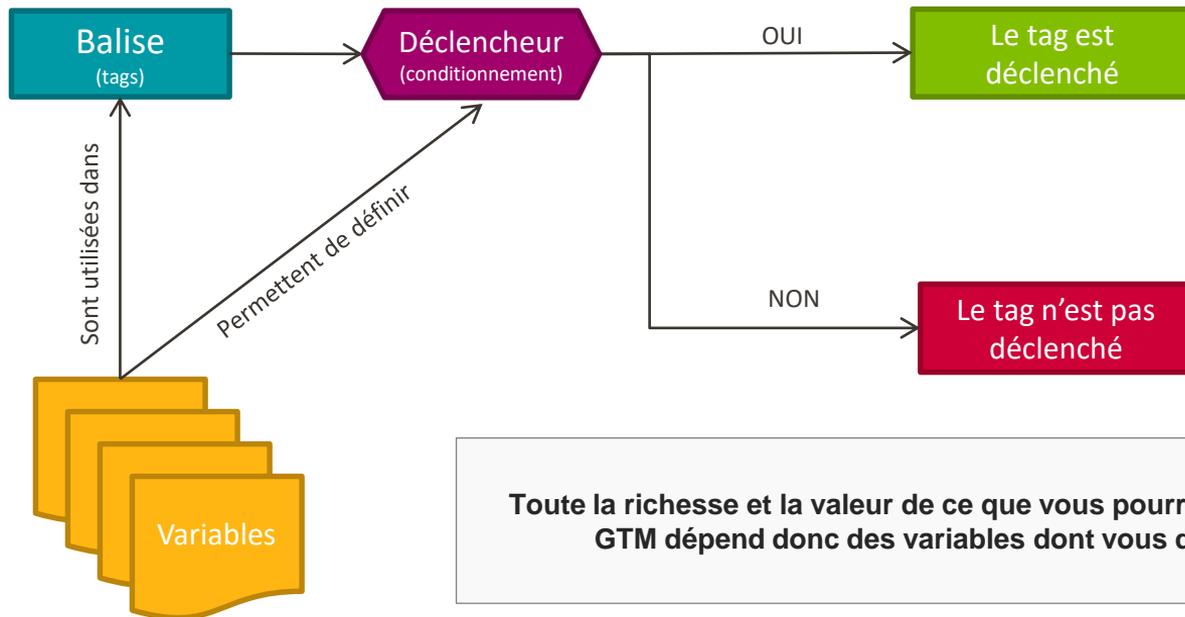
- **Réduire le temps de chargement des pages** grâce aux règles de déclenchement des tags
- **Cesser les fuites d'information** en supprimant les tags d'anciens partenaires

1

PRINCIPES GÉNÉRAUX D'UTILISATION DE GTM

1.1 | SCHÉMA FONCTIONNEL DE L'OUTIL

Le fonctionnement de Google Tag Manager est le suivant :



Toute la richesse et la valeur de ce que vous pourrez faire depuis GTM dépend donc des variables dont vous disposez

1.2 | L'ACCÈS À GOOGLE TAG MANAGER

Lors de la création d'un compte ou d'un conteneur Google Tag Manager, il est important de respecter les recommandations suivantes :

- **Nommage d'un compte** : SNCF_GTM_ « nom de l'entité » (en majuscule et sans espaces)

Exemple : SNCF_GTM_MONCOMPTE ou SNCF_GTM_TGVPRO

- **Nommage d'un conteneur** : SNCF_GTM_ « nom de l'entité » (en majuscule) – « url du site concerné »

Exemple : SNCF_GTM_MONCOMPTE – www.connect.moncompte.com

- **Autoriser la Fab Design en tant qu'administrateur** : autoriser l'adresse suivante : **fab.design.sncf@gmail.com**

The image consists of three numbered screenshots illustrating the steps to create a user in Google Tag Manager:

- 1**: Screenshot of the Google Tag Manager account page. The 'ADMIN' tab is highlighted with a red box. Below, the 'Gestion des utilisateurs' option is also highlighted with a red box.
- 2**: Screenshot of the 'Gestion des utilisateurs du compte' page. A red 'NOUVEAU' button is highlighted with a red box.
- 3**: Screenshot of the 'Ajouter un utilisateur' form. The 'E-mail' field (containing 'fab.design.sncf@gmail.com') and the 'Administrateur' role selection are highlighted with red boxes. Additionally, the 'Autorisations au niveau du conteneur' section, showing 'Publication' selected for both 'ConverteoTemplate' and 'Converteo Template gtag.js', is highlighted with a red box.

1.3 | CONFIGURATION DE VOTRE COMPTE GTM



- *: les entités pilotes sur ce projet, voient leur conteneur paramétré par Converteo dans le cadre du POC.
 - Entités concernées : TGV Pro, SNCF.com, Ouigo et Mon compte / Connect

DEUX CONTENEURS : POURQUOI ?

Le plan de taggage du Fab Design permettra au départ d'envoyer uniquement les informations natives et standards dans Google Analytics 360 au travers du tag de pages vues (remontée des données natives Google Analytics + dimensions personnalisées).

Le plan de taggage de l'entité sera lui plus complet et répondra à l'ensemble des besoins de web analyses et en data comportementale définis lors du kick-off du projet (réunion tripartite : Converteo, Fab Design et l'entité concernée).

La séparation dans deux conteneurs distincts permet de rendre plus lisible les deux tracking (vers 2 ID GA différents et de les opérés sans risque d'erreur de paramétrage) :

- Une mise en application des tags à venir (exemple : tags de régies) simplifié
- Un conteneur dédié aux actions communes groupe pour ne pas impacté de conteneur de l'entité et opérer en parallèle.

2

CONVENTION DE NOMMAGE

2.1 | NOMMAGE DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES

NOMMAGE DES BALISES (tags) :

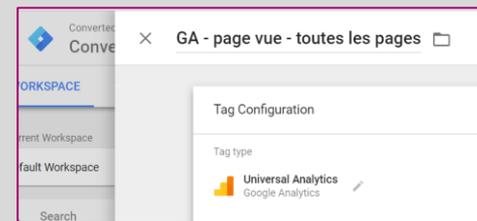
« Abréviation de la solution » - « type de balise » - « titre de la balise »

Exemples :

GA – page vue – toutes les pages

GA – event – formulaire

ADW – conversion – confirmation de commande



NOMMAGE DES DECLENCHEURS (conditionnement du tag) :

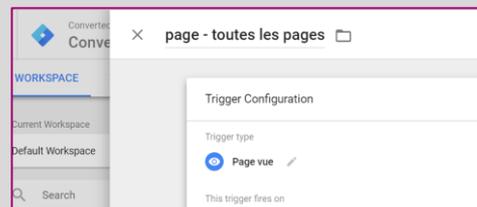
« Type de déclencheur » - « titre du déclencheur »

Exemples :

Page – toutes les pages

Page – fiches produit

Event – ajout au panier



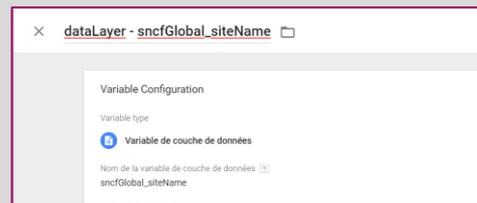
NOMMAGE DES VARIABLES (conditionnement du tag) :

« Type de variable GTM » - « nom de la variable »

Exemples :

DL – sncfGlobal_siteNameDataLayer

DL – sncfConnect_utilisateurType



2.2 | TABLEAU RÉCAPITULATIF – NOMMAGE DES BALISES

Abréviation des solutions :

Solutions	Abréviation à utiliser
Google Analytics 360	GA
Google AdWords	ADW
Critéo	CT
AB Tasty	AB
Kameleon	KM
Double Click / Floodlight	DC
Google Optimize	GO
Google Survey	GS
Google Audience Center	AC
Eulérian	EU
VE Interactive	VE

Pour toute solution non présente dans ce tableau, veuillez contacter la FAB DESIGN pour obtenir l'abréviation correspondante.

Types de balises :

Type de balise	Terme à utiliser
Page vue	page vue
Événement	event
Personnalisé	perso
Remarketing	remarketing
Conversion	conversion
E-commerce	ecommerce

Pour tout type de tag non présent dans ce tableau, veuillez contacter la FAB DESIGN pour obtenir l'abréviation correspondante.

2.3 | TABLEAU RÉCAPITULATIF – NOMMAGE DES DÉCLENCHEURS

Abréviation des types de déclencheurs :

Déclencheurs	Abréviation à utiliser
DOM prêt, Fenêtre chargée	Site Ready
Page vue	Page vue
Lien uniquement	Lien
Tous les éléments	Tout
Envoi d'un formulaire	Formulaire
Erreur JavaScript	Erreur JS
Minuteur	Minuteur
Modification de l'historique	Historique
Vidéo YouTube	YouTube
Personnalisé	Event

Pour tout type de déclencheur non présent dans ce tableau, veuillez contacter la FAB DESIGN pour obtenir l'abréviation correspondante.

2.4 | TABLEAU RÉCAPITULATIF – NOMMAGE DES VARIABLES

Abréviation des types de variables :

Déclencheurs	Abréviation à utiliser
URL (http ou https)	URL
Cookie propriétaire	Cookie
JavaScript Personnalisé	JS perso
Variable de couche de données	DataLayer
Variable JavaScript	JS var
Élément du DOM	DOM
Variable d'élément automatique	Automatique
Constant	Constant
Événement personnalisé	Event
Nom de l'environnement	Env
Nombre aléatoire	Nombre

Pour tout type de variable non présent dans ce tableau, veuillez contacter la FAB DESIGN pour obtenir l'abréviation correspondante.

TÉLÉCHARGER LES PARAMÉTRAGES PAR DÉFAUT

Il est nécessaire d'uniformiser les plans de marquage sous Google Tag Manager pour SNCF, et ce afin de simplifier la mise en place des paramètres du conteneur :

- Utilisation de variables communes dans le DataLayer avec des préfixes déterminés (sncfGlobal, sncfUtilisateur...)
- Nommage des événements spécifiés (gtmFormulaire, gtmClic, gtmErreur)

Pour simplifier la mise en place des tags basiques GTM et l'envoi des informations à Google Analytics, voici lien vers le fichier JSON d'importation du conteneur TEMPLATE à ajuster selon vos besoins de tracking :

XXXXXXX

Dans ce paramétrage « template » vous retrouverez :

- La déclaration de l'ensemble des variables communes du DataLayer
- La création des tags d'événements Google Analytics (basé sur l'appel des dataLayer.push cité plus haut)
- La création du tag de page vue Google Analytics

ETAPES DE MISE EN PLACE :

1. Cliquez sur le lien d'importation du conteneur type
2. Appliquez-le à votre **nouvel ID de conteneur (vierge)** – qui sera présent sur le site (dédiée à l'entité)
3. Les paramètres vont **automatiquement se mettre en place**
4. Dans la variable « **Constant - UA Global** », **inscrivez votre ID de suivi Google Analytics** (propriété dédiée à l'entité)
5. Ajustez les paramètres :
 - Déclarez vos **variables personnalisées de DataLayer**
 - Créez les **événements nécessaires supplémentaires**, si vous avez utilisé de nouveaux noms d'événement (autre que gtmFormulaire, gtmClic, gtmErreur)
 - Déclarez vos **dimensions/statistiques personnalisées et groupes de contenus** dans les variables de paramètres Google Analytics « Param - GAP Event » & « Param - GAP pages vues » (selon vos besoins en dimensions et statistiques personnalisées)

3

LES BONNES PRATIQUES
AU SEIN DE L'OUTIL

3.1 | CAPITALISER SUR LES DÉCLENCHEURS

Un seul déclencheur peut permettre de déclencher plusieurs balises/tags :

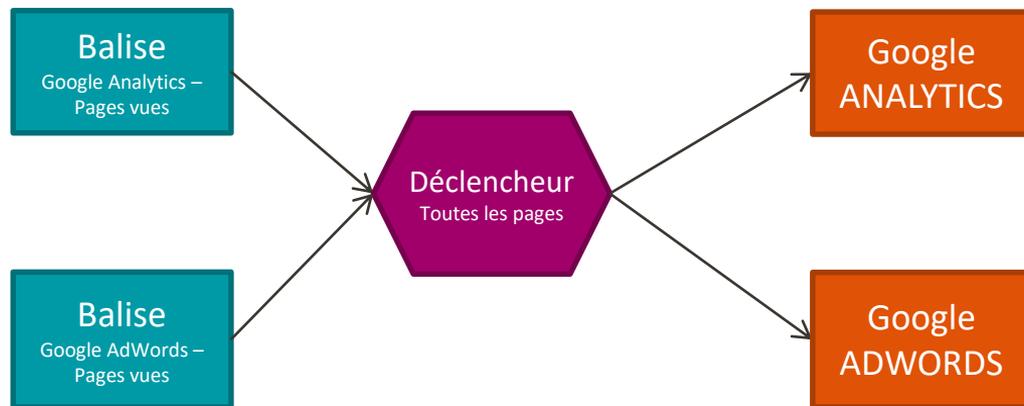
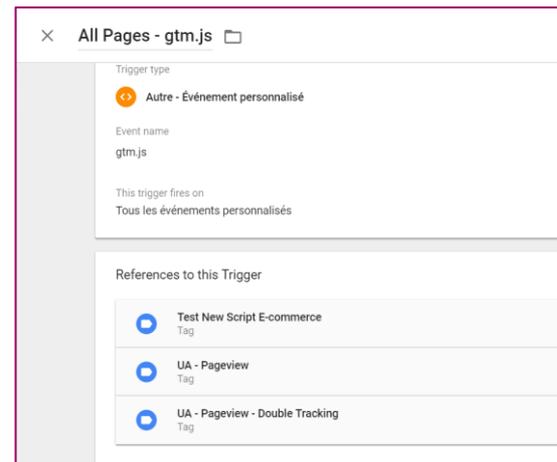


Illustration :



Cette technique permet de **réduire la charge de paramétrage** des tags et **d'uniformiser l'envoi des données** vers les solutions.

3.2 | EVITER LES CONFLITS GOOGLE ANALYTICS 360

Sur un site, deux ID Google Analytics peuvent être envoyés (envoi des données vers deux propriétés Google Analytics), comme c'est le cas actuellement avec l'envoi des données vers :

- La propriété Google Analytics - Global SNCF
- La propriété Google Analytics de l'entité

Or, dans ce types de paramétrage, lorsqu'un tag s'envoie sur le site, Google Analytics a le même nom « ga » pour chacune des propriété.

- Les data collectées peuvent donc entrer en conflit et vos statistiques collectées peuvent être altérées

Pour éviter ce type d'erreur, la fonction du compte GTM global SNCF a été modifiée.

- Vous avez la possibilité de renommer le nom de l'objet Google Analytics de votre propriété

MARCHE A SUIVRE :

1.

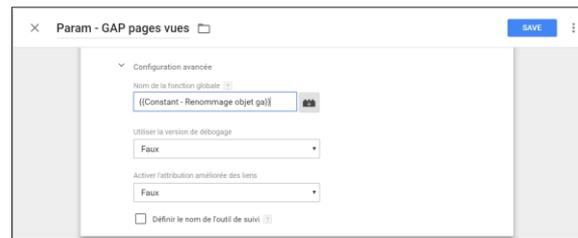
Créer une variable de type « Constant » avec le nom souhaité pour remplacer le préfixe « ga » lors de l'envoi de chaque tag.
(exemple : gaTGVPPro, gaOuigo...)



Attention, ne pas utiliser : gaSNCFGlobal

2.

Appliquez cette variable à toutes les variables de paramétrages de tags Google Analytics, dans la section « plus de paramètres > configuration avancée » :



Attention à bien l'appliquer à toutes les variables de paramétrage GA

3.3 | NE PAS MULTIPLIER LES ESPACES DE TRAVAIL

Google Tag Manager autorise la création d'espaces de travail dissociés afin d'opérer des modifications multiples et de développer et tester des configurations de tag indépendamment des actions en cours sur d'autres espaces de travail. Cela permet d'éviter de publier le contenu d'un collègue par inadvertance.

Les espaces de travail ne doivent être utilisés que pour de petites modifications et étant donné la limitation des personnes habilitées au conteneur GTM nous préconisons de ne travailler que sur l'espace de travail par défaut en se coordonnant avec les parties prenantes habilitées au conteneur avant une mise en production du TMS.

The screenshot shows the Google Tag Manager interface for 'mon conteneur Convertéo School'. The 'WORKSPACE' tab is active, showing a list of workspaces. The 'Default Workspace' is highlighted with a red circle. A table below lists the workspaces with their status, last updated time, number of changes, and creation date.

Named ↑	Last Updated	Changes	Date Created
✓ Default Workspace	15 days ago	12	17 days ago
My Custom Workspace	a few seconds ago	0	a few seconds ago

Workspace Changes summary:

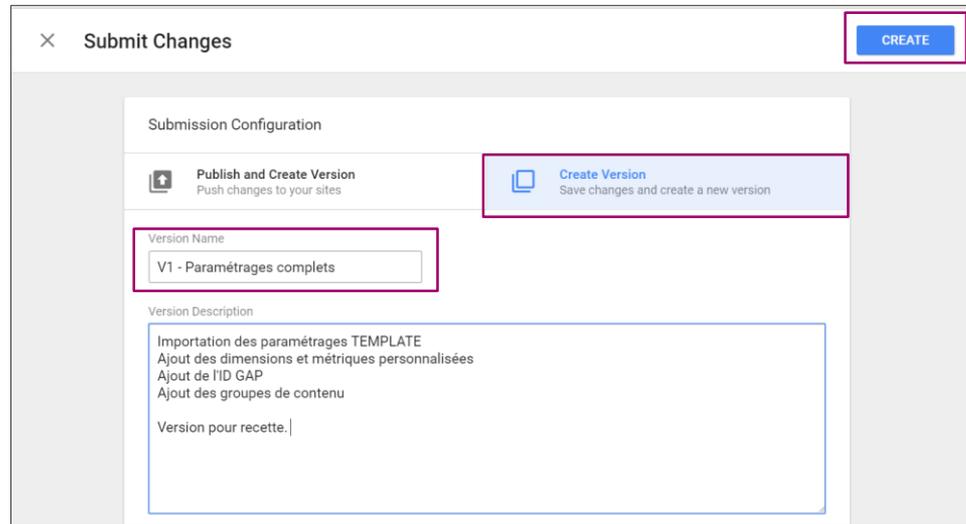
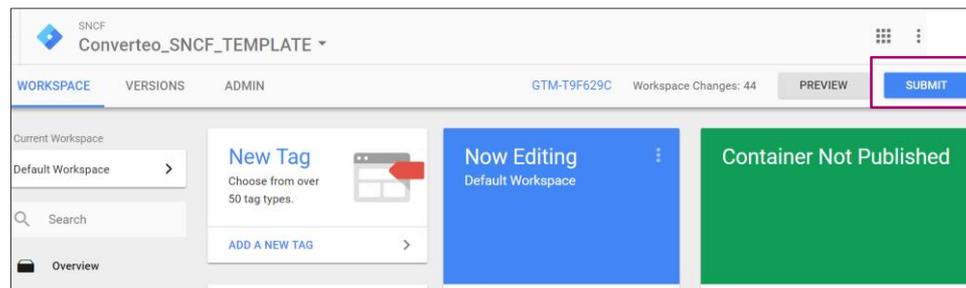
Modified	Added	Deleted
1	11	0

4

AVANT DE METTRE EN
PRODUCTION – JE PENSE À...

4.1 | ... CRÉER UNE VERSION DE MON CONTENEUR

1. Après avoir réalisé tous vos paramètres, cliquez sur le bouton en haut à droite de l'interface principale : « **submit** » ou « **envoyer** » (image1)
2. Une page s'ouvre, sélectionnez « create version » ou « créer une version »
3. Ajoutez un nom à votre version ainsi qu'une description si nécessaire. Cela permettra dans le temps de retrouver le chemin des paramètres exécutés au fil de l'eau. (image2)
4. Appuyez sur le bouton « create » ou « créer ».
5. La version de votre conteneur est créée avec les paramètres faits à date dans l'interface.



4.2 | ... TOUJOURS « PRÉVISUALISER » AVANT DE « PUBLIER »

Lorsque vous souhaitez faire la recette de votre plan de taggage ou d'un tag en particulier, il est nécessaire de prévisualiser le tracking avant de le mettre en production.

- Ce qui permet d'éviter les erreurs et de fiabiliser la collecte de la donnée.
- Pour cela, il est nécessaire de créer une version de votre conteneur (prérequis avant publication).

Enfin, vous pourrez prévisualiser le tracking paramétré dans le conteneur sur votre environnement :

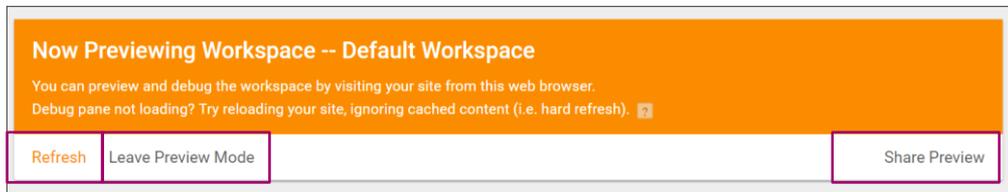
1. Cliquez sur le bouton « **preview** » ou « **prévisualiser** », en haut à droite de l'interface
2. GTM notifie que vous êtes en cours de prévisualisation.

3. Aller sur votre site (recharger la page), un bandeau s'affiche. Ce bandeau vous présente à chaque action réalisée sur le site, les tags envoyés.

Pour plus d'information, veuillez consulter le guide d'aide à l'implémentation d'un plan de taggage ou le lien suivant :

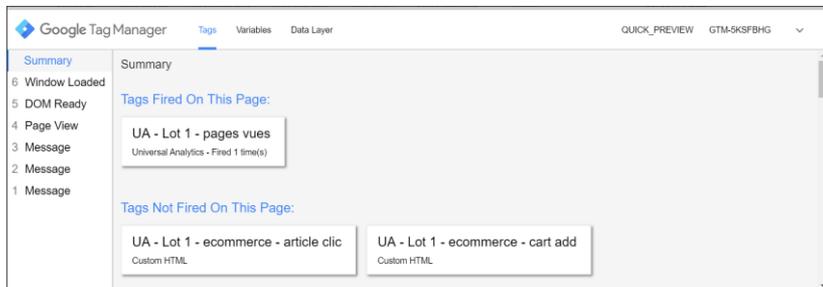
<https://support.google.com/tagmanager/answer/6107056?hl=fr>

Pourquoi prévisualiser : Un conteneur de tag est un outil pouvant impacter directement le Code source des pages et générer des erreurs en cas de mauvaise implémentation. Ceci peut impacter directement la mise en forme visuelle et fonctionnelle de mon site. Donc il est important de prévisualiser pour éviter tout problème technique.



Rafraichir et quitter le mode prévisualisation

Partager la prévisualisation avec un autre utilisateur.



Module GTM sur le site

RÉSUMÉ : QUE DOIS-JE ABSOLUMENT FAIRE DANS GTM ?

RÉSUMÉ DE LA LISTE DES ACTIONS :

1. Lorsque je crée mon compte, j'autorise l'adresse email du FAB DESIGN (fab.design.sncf@gmail.com) en tant qu'ADMIN (le plus haut niveau accordé) au compte GTM.
2. Je crée **1 seul conteneur** :
 - Un conteneur pour le tracking spécifique à mon entité, opéré par le référent Analytics de l'entité
Rappel : Je n'aurai à implémenter sur le site qu'un seul plan de taggage GTM (dataLayer et les events). Mes deux conteneurs iront chercher l'information au sein de cet unique plan de taggage.
3. Je télécharge le fichier « template GTM » qui pré-créera les paramètres nécessaires dans l'interface.
4. J'adapte les paramètres à mon plan de taggage (ajout du bon ID GA, ajout des dimensions et statistiques personnalisées, ajout des groupes de contenus).
Rappel : Lorsque je crée mes balises, déclencheurs et variables, je respecte les nomenclatures imposées et la structure du plan de taggage implémenté.
5. Je crée une version & prévisualise mes paramètres et je vérifie qu'ils ne génèrent pas d'erreur avant de mettre en production une version.
6. Je mets en production et réalise une dernière recette.

MERCI DE VOTRE ATTENTION

JORDAN CHARLET - DIRECTEUR DE MISSION DESIGN DIGITAL CHEZ SNCF

Email : jordan.charlet@sncf.fr

Tel : +33 (0)6 09 05 20 87

Consultants externes :

ALEXANDRE CHARIKHI – CONSULTANT DIGITAL & DATA – CONVERTEO

Email : ac@converteo.com

Tel : +33 (0)1.84.25.31.70

CHARLOTTE POULAIN – CONSULTANT DIGITAL & DATA – CONVERTEO

Email : cp@converteo.com

Tel : +33 (0)1.84.16.06.68