

Guide d'installation de Google Analytics 4 pour les OSBL/OBNL

Rédigé par

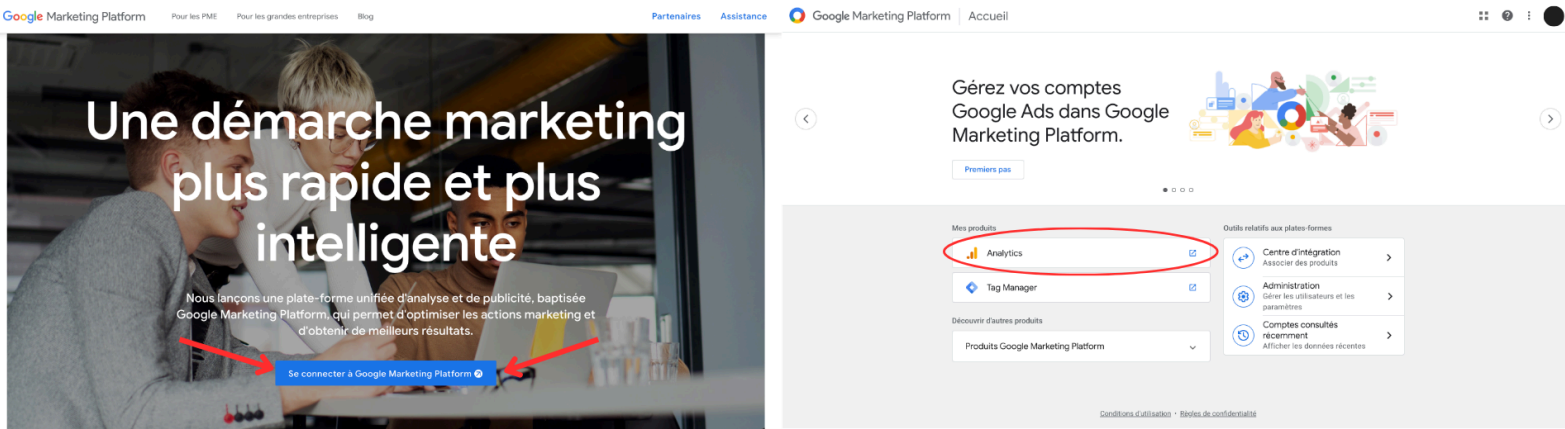


Sommaire :

1. Créer un compte Google Analytics 4	1
a. Créer le compte et la propriété Google Analytics	1
b. Créer un flux de données	3
2. Installer Google Analytics 4	6
Option #1: Installer manuellement dans le code source	6
Option #2: Faire l'installation soi-même via Google Tag Manager	7
Option #3: Faire l'installation soi-même via une extension (plugin) sur son CMS	7
a) Installer GA4 avec WordPress	7
b) Installer GA4 avec Wix	8
3. Vérifier que Google Analytics 4 fonctionne bien	9
a. Activer le DebugView	9
b. Comprendre le DebugView	9
#1 Flux en minute:	9
#2 Second flux (colonne du milieu):	10
#3 Principaux événements	10
#4 Propriétés utilisateurs actives actuellement	11

1. Créer un compte Google Analytics 4

Rendez-vous sur la [Plateforme Marketing Google](#) et sélectionner le produit «Analytics».



a. Créer le compte et la propriété Google Analytics

Étape 1 : Choisir le nom de son compte (un compte par entreprise est nécessaire)

Détails du compte

Nom du compte (obligatoire)

Les comptes peuvent contenir plusieurs ID de mesure.

Google Analytics est un outil professionnel. Utilisez-le exclusivement à des fins liées à votre commerce, entreprise, activité artisanale ou profession.

Étape 2 : Une fois sur la page d'accueil de Google Analytics, cliquez sur "Commencer à mesurer" et commencez la création de votre compte.

Vous allez pouvoir rentrer le nom du compte (Exemple : Charity Rocket)

Bienvenue dans Google Analytics

Google Analytics vous offre les outils gratuits dont vous avez besoin afin d'analyser des données pour votre entreprise de façon centralisée. Vous pouvez ainsi prendre des décisions plus avisées.



Étape 3 : Choisir le nom de sa propriété (une propriété par site Web est nécessaire)

À cette étape vous allez devoir renseigner :

- Le nom de la propriété, il s'agit ici de nommer en fonction de votre site web, l'application, etc.
- Le fuseau horaire des rapports (UTC-4 si vous êtes à Montréal par exemple). Le choix du fuseau horaire est important puisque les rapports et les journées Analytics seront calculés selon celui-ci.
- La devise utilisée dans les rapports (nous vous conseillons d'utiliser le \$US si vous bénéficiez d'une subvention Google Ad Grants)

Informations sur l'établissement

Nom de la propriété (obligatoire)

Fuseau horaire des rapports ?

États-Unis ▼ (GMT-07:00) heure : Los Angeles ▼

Devise

dollar des États-Unis (\$) ▼

Vous pourrez modifier ultérieurement les détails de cette propriété dans la section "Administration"

Étape 4 : Ensuite, Google vous demandera de décrire votre activité, soit :

Infos sur l'entreprise

Catégorie sectorielle (obligatoire)

Sélectionnez un secteur ▼

Taille de l'entreprise (obligatoire)

☐ Petite – de 1 à 10 employés

☐ Moyenne – de 11 à 100 employés

☐ Grande – de 101 à 500 employés

☐ Très grande – plus de 501 employés

→ Le secteur d'activité de votre entreprise ou de votre site web

→ La taille de votre entreprise ou de l'équipe en charge du site

Étape 5 : Pour finir, définissez les objectifs de votre entreprise sur Google Analytics.

Plusieurs intention(s) d'utilisation de Google Analytics vous sont proposées, cela va influencer les rapports dans la propriété.

Une fois que vous aurez cliqué sur “Créer” et accepté les conditions d'utilisation de Google Analytics vous pourrez passer à la création du flux de données.



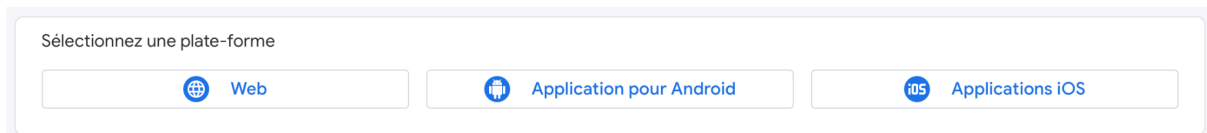
The screenshot shows a list of five goal categories, each with an icon, a title, a description, and a checkbox:

- Générer des prospects** (Icon: magnifying glass over a document)
Analyser les métriques sur les visiteurs et attirer de nouveaux clients ☐
- Accroître les ventes en ligne** (Icon: shopping cart)
Analyser le comportement d'achat et augmenter vos ventes ☐
- Améliorer la notoriété de la marque** (Icon: document with a checkmark)
Faire connaître votre établissement ☐
- Examiner le comportement des utilisateurs** (Icon: computer monitor with a cursor)
Découvrir comment les personnes utilisent votre site ou votre application ☐
- Obtenir des rapports de référence** (Icon: person with a magnifying glass)
Plusieurs types de rapports (vous ne pouvez pas combiner cette option avec d'autres) ☐

Cette sélection sert principalement à personnaliser l'expérience et certains rapports proposés par Google Analytics. Elle ne remplace pas la définition de vos propres indicateurs de performance.

b. Créer un flux de données

Étape 1 : Choisissez la plateforme qui vous est la plus adaptée : web, app android ou app iOS (à noter qu'un flux de données par plateforme où est disponible le site web est nécessaire)



The screenshot shows a selection screen with the title "Sélectionnez une plate-forme". Below the title are three buttons:

- ☐ Web
- ☐ Application pour Android
- ☐ Applications iOS

Étape 2 : Donnez un nom au flux de données (le nom de votre site par exemple)

Pour ce qui est des mesures améliorées, laissez-les activées. Vous pouvez les modifier selon vos besoins et définir des événements de mesures améliorées personnalisés.

Configurer votre flux Web

URL du site Web

Nom du flux

Mesures améliorées
 Mesurez automatiquement les interactions et le contenu sur vos sites en plus des pages vues.
 Le système pourra collecter des données à partir des éléments sur la page (tels que des liens et des vidéos intégrées) avec les événements concernés. Vous devez vous assurer qu'aucune information permettant d'identifier personnellement l'utilisateur ne sera envoyée à Google. [En savoir plus](#)

Mesure :
 Pages vues
Défilements
Clics sortants
+ 4 autre(s)

Créer un flux

X Mesures améliorées
 Enregistrer

Pages vues
 Enregistrez un événement de page vue à chaque chargement de page ou chaque fois que le site Web modifie l'état de l'historique du navigateur. Si vous le souhaitez, vous pouvez désactiver les événements basés sur l'historique du navigateur dans les paramètres avancés.
 [Afficher les paramètres avancés](#)

Défilements
 Enregistrez un événement de défilement chaque fois qu'un visiteur atteint le bas d'une page.

Clics sortants
 Enregistrez un événement de clic sortant chaque fois qu'un visiteur clique sur un lien vers un domaine autre que le vôtre. Par défaut, ce type d'événement se produit pour tous les liens redirigeant les utilisateurs vers un domaine différent du domaine actuel. Les liens vers des domaines configurés pour les mesures multidomaines (dans les paramètres d'ajout de tags) ne déclenchent pas d'événement de clic sortant.

Recherche sur le site
 Enregistrez un événement d'affichage des résultats de recherche chaque fois qu'un visiteur effectue une recherche sur votre site (selon un paramètre de requête). Par défaut, les événements de résultats de recherche se déclenchent chaque fois qu'une page se charge avec un paramètre de requête de recherche commun dans l'URL. Pour modifier les paramètres à rechercher, accédez aux paramètres avancés.
 [Afficher les paramètres avancés](#)

Interactions avec des formulaires
 Enregistrez un événement d'interaction avec le formulaire chaque fois qu'un utilisateur interagit avec un formulaire sur votre site Web.

Engagement avec des vidéos
 Enregistrez des événements de lecture de vidéo (partielle ou intégrale) lorsqu'un visiteur regarde des vidéos intégrées à votre site. Par défaut, ces événements sont automatiquement déclenchés pour les vidéos YouTube intégrées avec l'[API JavaScript](#) activée.

Téléchargements de fichiers
 Enregistrez un événement de téléchargement de fichier à chaque clic sur un lien associé à une extension courante (document, fichier compressé, application, vidéo ou audio).

Événements



Mesures améliorées

Mesurez automatiquement les interactions et le contenu sur vos sites en plus des pages vues.

Le système pourra collecter des données à partir des éléments sur la page (tels que des liens et des vidéos intégrées) avec les événements concernés. Vous devez vous assurer qu'aucune information permettant d'identifier personnellement l'utilisateur ne sera envoyée à Google. [En savoir plus](#)



Mesure :  Pages vues  Défilements  Clics sortants + 4 autre(s)



Modifier les événements

Modifiez les paramètres et les événements entrants. [En savoir plus](#)



Créer des événements personnalisés

Créez des événements à partir d'événements existants. [En savoir plus](#)



Codes secrets de l'API du protocole de mesure

Créez un code secret de l'API pour envoyer des événements supplémentaires vers ce flux via le protocole de mesure. [En savoir plus](#)



Masquer les données

Empêchez l'envoi de données spécifiques à Google Analytics. [En savoir plus](#)

E-mail active

Clés des paramètres de requête de l'URL inactive



Balise Google



Configurer les paramètres de la balise

Configurez le comportement de la balise Google, y compris l'association multidomaine et le trafic interne. [En savoir plus](#)



Gérer les site tags associés

Chargez les balises pour d'autres propriétés ou produits à l'aide de la balise Google de ce flux sur la page. [En savoir plus](#)

0 balise(s) connecté(es)



Voir les instructions sur la balise

Découvrez comment implémenter votre balise Google pour ce flux de données. [En savoir plus](#)

Aucune donnée reçue.



2. Installer Google Analytics 4

Si GA4 n'est pas encore installé sur votre CMS, les instructions apparaissent automatiquement une fois qu'on souhaite créer le flux de données.

Installer avec un outil de création de sites Web ou un CMS

Intégrer manuellement



Installer à l'aide de votre plate-forme

Si vous utilisez un CMS ou un outil de création de sites Web tel que WordPress, Wix ou Squarespace, vous n'avez pas besoin de copier et coller les extraits de code. [En savoir plus](#)

Sélectionner votre plate-forme

Installer avec un outil de création de sites Web ou un CMS

Intégrer manuellement

Voici la balise Google pour ce compte. Copiez-la et collez-la dans le code de chaque page de votre site, directement après l'élément <head>. N'ajoutez qu'une seule balise Google par page.

```
<!-- Google tag (gtag.js) -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=G-J9MV5R8N68"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'G-J9MV5R8N68');
</script>
```

Testez votre site Web (facultatif) :

https://www.charityrocket.com

Tester

Utiliser Google Tag Manager ?

Pour bénéficier de fonctionnalités supplémentaires, y compris la gestion de plusieurs tags et des workflows d'entreprise, installez Google Tag Manager. [En savoir plus sur Google Tag Manager](#)

 Si vous avez des utilisateurs finaux dans l'Espace économique européen (EEE), configurez le mode Consentement pour continuer à bénéficier de la personnalisation et de la mesure des annonces.

Commencer

3 options vous sont offertes :

- Option #1: Envoyer les instructions à un développeur pour l'installer directement dans le code source
- Option #2: Faire l'installation soi-même via Google Tag Manager
- Option #3: Faire l'installation soi-même via une extension (plugin) sur son CMS

Option #1: Installer manuellement dans le code source

1. Cliquer sur "intégrer manuellement"
2. Copier coller le code qui va apparaître
3. L'envoyer à votre développeur et demander de coller le code sur toutes les pages immédiatement après l'élément <head>

6

Option #2: Faire l'installation soi-même via Google Tag Manager

1. voir <https://measureschool.com/google-tag/>
2. Créer une balise > choisir balise "Google Tag"
3. Copier coller son measurement ID dans le champ "Tag ID"
 - a. un ID de mesure est un identifiant unique associé à un flux de données Web. L'ID de mesure constitue un lien essentiel entre votre site Web et le flux de données correspondant dans Google Analytics 4. Il permet de vous assurer que les données de votre site sont envoyées au bon emplacement.
 - b. Pour le trouver, connectez-vous à votre compte Google Analytics > allez sous la propriété que vous voulez connecter à votre site web > Admin > Collecte de données > Flux de données
4. Choisir son déclencheur > Initialization - All pages

Option #3: Faire l'installation soi-même via une extension (plugin) sur son CMS

a) Installer GA4 avec WordPress

1. Se connecter sur la panel d'administration de WordPress à votresite.com/wp-admin/
2. Aller dans extensions
3. Chercher l'extensions Site Kit plugin (plugin officiel de Google)
4. Sur la page de configuration, cochez la case « Connecter Google Analytics dans le cadre de votre configuration » et connectez-vous en utilisant les mêmes informations d'identification Google que celles que vous avez utilisées pour créer votre compte Google Analytics.
5. Acceptez les termes et conditions
6. Vérifier la propriété du site: Google veut s'assurer que vous soyez bien propriétaire du site que vous tentez de lier
7. Ensuite, activez les métriques dans votre tableau de bord en cliquant sur « Autoriser ».
8. sélectionnez la propriété Google Analytics que vous voulez lier. Ensuite, cliquez sur « Configurer Analytics ».

b) Installer GA4 avec Wix

1. Se connecter à son panel d'administration Wix
2. Dans la colonne de gauche, cliquer sur «Marketing & SEO» > «Marketing Integrations»
3. Trouver «Google Analytics» dans la liste et connecter
4. Copier coller son ID de mesure (measurement ID)
 - a. un ID de mesure est un identifiant unique associé à un flux de données Web. L'ID de mesure constitue un lien essentiel entre votre site Web et le flux de données correspondant dans Google Analytics 4. Il permet de vous assurer que les données de votre site sont envoyées au bon emplacement.
 - b. Pour le trouver, connectez-vous à votre compte Google Analytics > allez sous la propriété que vous voulez connecter à votre site web > Admin > Collecte de données > Flux de données

3. Vérifier que Google Analytics 4 fonctionne bien

Le meilleur moyen de vérifier que tout est en règle et que Google Analytics est bien installé est d'utiliser le *debugview*. C'est une fonctionnalité de GA4 qui peut être accédée directement à partir de la plateforme.

Pour y accéder, connectez-vous à votre compte Google Analytics puis sélectionnez la bonne propriété, ensuite cliquez sur "Admin" (en bas à gauche) suivi de "Affichage de données" et enfin "DebugView".

a. Activer le DebugView

Avant de pouvoir utiliser le DebugView, il faut d'abord l'activer. Il y a deux manières principales de le faire:

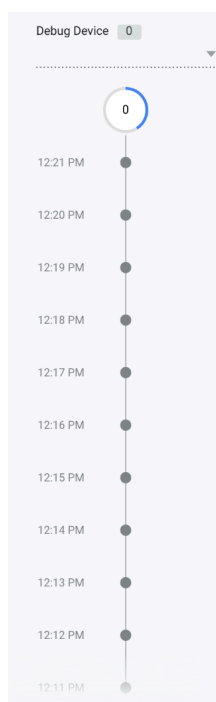
La première, si GA4 a été installé via GTM, consiste à accéder au "Preview Mode" de GTM, le DebugView sera automatiquement activé également.

Pour la deuxième manière, téléchargez l'extension Chrome «[GA debugger](#)»: En activant l'extension sur votre site web, le DebugView s'activera également.

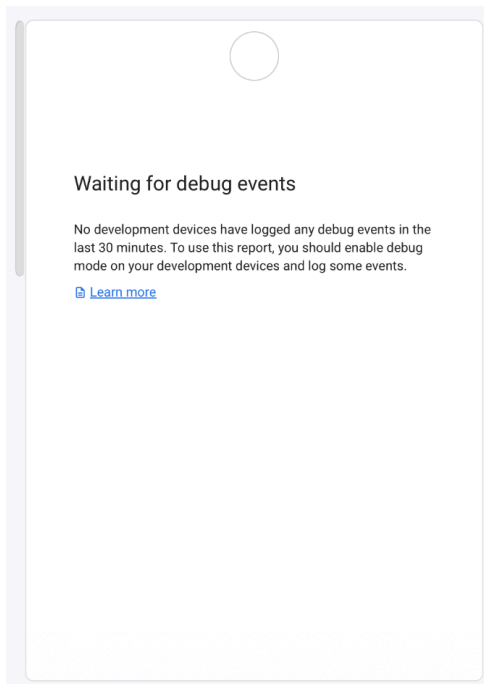
b. Comprendre le DebugView

#1 Flux en minute:

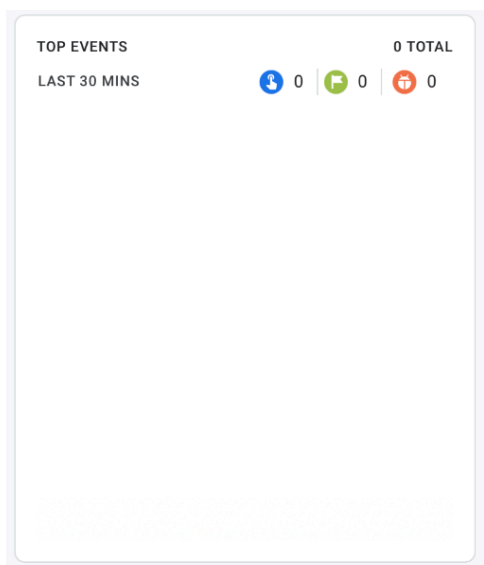
- Montre les derniers 30 minutes
- Les ronds comptent le nombre d'événements reçus par minute



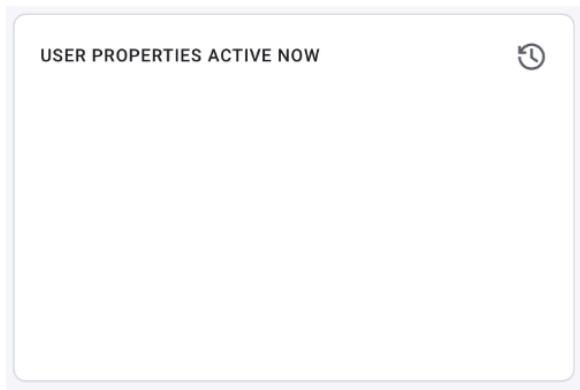
#2 Second flux (colonne du milieu):



#3 Principaux événements



#4 Propriétés utilisateurs actives actuellement



Félicitations! Votre Google Analytics est bien installé et prêt à analyser le trafic de votre site Web.

Cependant, si vous n'y parvenez pas ou si quelques doutes persistent, **notre équipe de pilotes experts en analyse de données** se fera un plaisir d'en discuter avec vous.

Vous avez besoin d'aide? [Contactez-nous!](#)

