

COMMENT MESURER L'EFFICACITÉ D'UNE CAMPAGNE MARKETING DIGITAL ?

avec Google Analytics et les balises UTM



Programme

- une balise utm c'est quoi ?
- Méthode pour suivre vos campagnes avec les balises UTM
- Suivre vos campagnes et conversions sur votre site (achat, réservation, prise de contact) avec analytics

Préambule

INSTALLER GOOGLE ANALYTICS

outil de suivi

The screenshot shows the Google Analytics Admin interface. The top navigation bar includes 'Analytics' and 'Toutes les données du site Web'. The main content area is divided into three columns: 'Compte', 'Propriété', and 'Vue'. The 'Propriété' column is selected, and the 'Code de suivi' (Tracking Code) option is highlighted with an orange box. An arrow points from this box to the 'Suivi des sites Web' (Web Site Tracking) section in the top right corner of the image.

ID de suivi
UA-135434069-1

État

La propriété a reçu du trafic au cours des dernières 48 heures.

0 utilisateurs actifs actuellement. Pour consulter les données détaillées, accédez aux [rapports sur le trafic en temps réel](#).

Envoyer le trafic test



Suivi des sites Web

Global Site Tag (gtag.js)

Il s'agit du code de suivi Global Site Tag (gtag.js) pour cette propriété. Copiez-le afin de l'insérer en tant que premier élément dans la section <HEAD> de chacune des pages Web souhaitez effectuer le suivi. Si votre page dispose déjà d'une balise Global Site Tag, ajoutez simplement à cette dernière l'événement **config** de l'extrait ci-dessous.

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->  
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-135434069-1"></script>  
<script>  
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];  
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}  
  gtag('js', new Date());  
  
  gtag('config', 'UA-135434069-1');  
</script>
```

Les balises UTM, à quoi ça sert ?



MESURER LE TRAFIC POUR CHAQUE LIEN

1 url unique + des paramètres variables

MESURER LE TRAFIC PAR MEDIUM / SUPPORT / CAMPAGNE

Newsletter, LinkedIn, Facebook...
social, email

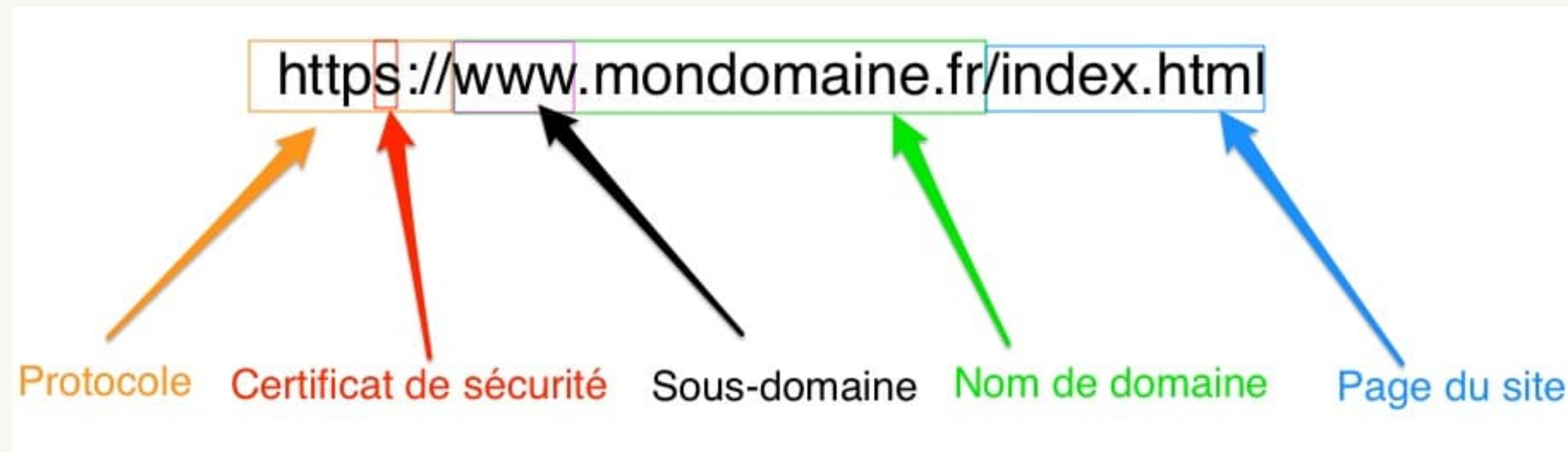
EVALUER LES CONVERSIONS

une demande de devis
la réservation d'un créneau horaire
un achat en ligne (CA)
la lecture d'un article
le téléchargement d'un guide ou livre blanc

Préambule une URL ?

= ADRESSE D'UN CONTENU WEB

Elle est universelle et unique



Les balises UTM

URL DE VOTRE SITE +

[https://lemoulindigital.fr?](https://lemoulindigital.fr?utm_source=Instagram&utm_medium=social&utm_campaign=profil_insta)




[utm_source=Instagram&utm_medium=social&utm_campaign=profil_insta](https://lemoulindigital.fr?utm_source=Instagram&utm_medium=social&utm_campaign=profil_insta)


DES PARAMÈTRES AJOUTÉS À VOTRE URL







Des balises utm rencontrées lors de vos navigations



 Le Dauphiné Libéré Valence  2 h · 

 Mercredi 3 novembre, les premières chutes de neige ont recouvert le plateau du Vercors, entre Drôme et Isère.



LEDAUPHINE.COM 

Saint-Martin-en-Vercors. Premières chutes de neige dans le Vercors !
Mercredi 3 novembre, les premières chutes de neige ont recouvert le plateau du Vercors.

  19 3 partages

https://www.ledauphine.com/environnement/2021/11/04/premieres-chutes-de-neige-dans-le-vercors?utm_medium=Social&utm_source=Facebook#Echobox=1636032690-1

Des balises utm déployées dans vos outils

Account settings

Company profile

Default settings

Domains

Google Analytics

UTM codes

Customize the Google Analytics tracking, by entering custom UTM values.

Campaign source

Required. Used as utm_source to identify a newsletter name (example: newsletter).

Campaign medium

Required. Used as utm_medium to identify a medium (example: email).

Campaign term

Usually used for paid keywords identification, but can be used to identify if each link is automatically generated (example: { \$date}).

Campaign name

Required. Used as utm_campaign for keyword analysis (example: { \$campaign_name}).

Save

or [Go back](#)

Publicités Google Ads

Publicités Facebook Ads

Newsletters (mailerlite, sendinblue, mailjet)

Les 3 paramètres



utm_source

indique l'origine du trafic : newsletter, LinkedIn, Facebook...

utm_medium

indique le support par exemple display pour les bannières de pub, réseaux-sociaux, referral (site partenaire) qr-code

utm_campaign

le nom de votre campagne

C'EST À VOUS DE DÉFINIR UNE CONVENTION DE NOMMAGE

<https://lemoulindigital.fr/comment-mesurer-les-resultats-de-vos-campagnes-marketing-avec-google-analytics-et-les-balises-utm/>

utm_source

newsletter

bureau

linkedin

utm_medium

email

qr

social

utm_campaign

cafe-outils-utm

cafe-outils-utm

cafe-outils-utm

Les url avec balises

LINKEDIN

https://lemoulindigital.fr/comment-mesurer-les-resultats-de-vos-campagnes-marketing-avec-google-analytics-et-les-balises-utm/?utm_source=linkedin&utm_medium=social&utm_campaign=cafe-outil-utm

NEWSLETTER

https://lemoulindigital.fr/comment-mesurer-les-resultats-de-vos-campagnes-marketing-avec-google-analytics-et-les-balises-utm/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=cafe-outil-utm

QR CODE

https://lemoulindigital.fr/comment-mesurer-les-resultats-de-vos-campagnes-marketing-avec-google-analytics-et-les-balises-utm/?utm_source=bureau&utm_medium=qr&utm_campaign=cafe-outil-utm

Les balises UTM

1. Récupérer votre url de destination

2. Ajouter vos paramètres utm à la suite de l'url

paramètres obligatoires utm_sources, utm_medium, utm_campaign à ajouter à la suite de l'url avec les opérateurs ? & ou depuis un outil de création assisté

Créer autant de liens que de sources de diffusion ou de médium

3. Diffuser votre campagne

Sur vos différents supports : réseaux sociaux, site web tiers, qr code...

4. Mesurer l'efficacité dans analytics

depuis l'onglet acquisition -> campagne -> toutes les campagnes

Vous pouvez classer vos campagnes par nom, source ou support.

5. Evaluer vos conversions

Pour chaque campagne, Analytics propose l'affichage d'une liste déroulante avec vos différents objectifs.