

# Template de Plan de Marquage (Tagging Plan) - Google Tag Manager

---

## Objectifs du Plan de Marquage

- Centraliser les besoins de tracking marketing et analytique.
- Assurer la cohérence des données collectées entre les différents outils (GA4, Meta Pixel, LinkedIn, etc.).
- Faciliter la maintenance technique et le débogage des balises.
- Documenter les variables transmises via le DataLayer.

## Structure recommandée du tableau de suivi

- Page/Événement : URL de la page ou action spécifique (ex: clic bouton).
- Nom de la balise : Convention de nommage (ex: GA4 - Event - Clic CTA).
- Type de déclencheur : Clic, Vue de page, Soumission de formulaire, etc.
- Variables à capturer : Données spécifiques (ex: ID produit, valeur de conversion, texte du bouton).
- Statut : À implémenter, En test, En production, Archivé.
- Priorité : Critique, Important, Optionnel.

## Conventions de nommage (Best Practices)

- Utiliser une structure hiérarchique : [Outil] - [Type] - [Nom].
- Privilégier les minuscules et les tirets pour les noms de variables.
- Ajouter une description claire pour chaque balise afin d'aider les futurs collaborateurs.
- Documenter systématiquement les événements personnalisés envoyés au DataLayer.

## Checklist de validation (QA) avant publication

- Vérifier le déclenchement des balises dans le mode 'Preview' de GTM.
- Contrôler la réception des données dans le DebugView de GA4.
- Tester le comportement sur différents navigateurs (Chrome, Safari, Firefox).
- Vérifier la conformité RGPD (consentement utilisateur avant déclenchement).
- Publier la version avec une note de version explicite.