

Comment respecter la structure d'un Google Data Studio ?

Pour les campagnes Traffic

- Budget investi = Coût
- Reach (si une seule campagne sinon non car les données ne remontent pas)
- Interaction
- Visiteurs = Utilisateurs

Pour les campagnes Conversions

- Budget investi = Coût
- Reach (si une seule campagne sinon non car les données ne remontent pas)
- Interaction
- Visiteurs = Utilisateurs
- Conversions

Pour les campagnes Letzshop

- Budget investi = Coût
- Reach (si une seule campagne sinon non car les données ne remontent pas)
- Interaction
- Visiteurs = Utilisateurs
- Conversions
- ROAS

Dans le rapport, ajouter

- Un screenshot d'exemple de campagne

- Un screenshot de la LP

Exemple du Template Facebook:

<https://datastudio.google.com/reporting/1fAHilp1ceD77bM114GOFTEZZUoYNveRv/page/v89c/edit>

Exemple du rapport annuel: <https://datastudio.google.com/reporting/6ca8a449-09fe-423c-9a3a-17e1ebc57e67/page/v89c/edit>

Révision #2

Créé 31 August 2020 12:00:17 par Patrice Viale

Mis à jour 27 May 2022 11:15:39 par Jean-Paul Diaz-Caneja