Rapport de taggage - zephyr-mobility.com

Diagnostic fictif inspiré de Google Tag Assistant et d’un plan de taggage e-commerce.

Vue générale

Le conteneur de tags présente des incohérences : Universal Analytics reste chargé sur toutes les pages, Google Ads et Meta déclenchent des événements similaires et la page de confirmation ne contient pas de balise de conversion finale.

Balises détectées

UA-48291031-1 actif. AW-734829112 actif. Pixel Meta 991827364OLD actif. dataLayer présent mais événements e-commerce non normalisés.

Anomalies critiques

Un clic Ajouter au panier déclenche simultanément un événement Google Ads conversion et un événement Meta Purchase, ce qui crée un risque de double comptage avant même l’achat.

Page de remerciement

URL testée : /merci.html. Aucun événement purchase final, aucune transaction_id, aucun montant dynamique et aucune remontée produit ne sont détectés.

Page testée	Tags actifs	Constat
Accueil	UA, Google Ads, Meta	Empilement de scripts
Produit	UA, Google Ads, Meta	Ajout panier doublonné
Panier	UA, Meta	Événements incomplets
Merci	UA seulement	Conversion finale absente

Les constats ci-dessus sont produits pour simuler un audit technique et orienter les recommandations des étudiants. Les chiffres doivent être interprétés comme des signaux à challenger.