# BOGEN OM GOOGLE TAG NANAGER \*

#### ALT, DU BØR VIDE + MEGET MERE!

2. UDGAVE

Inklusiv Google Consent V2 mode og Server-Side tracking via Stape.io!

Skrevet af: Benjamin Speedtsberg

# INTRODUKTION

Google Tag Manager er gennem de seneste år blevet et uundværligt værktøj når der skal opsættes sporing af trafik, konverteringer og ecommercehændelser på websites og webshops.

Tracking er med tiden blevet mere og mere komplekst, og udviklingen inden for emnet har været stejl. Flere opdateringer fra marketingverdenen, har gennem årene gjort tracking uden Google Tag Manager til en uoverskuelig og kompleks opgave at løse.

Vi ser tilbage på de seneste år, med mange opdateringer og reguleringer, hvor de helt store emner har været:

- Nye teknologier, der forhindrer sporing på websites og webshops
- Ændringer i lovgivningen herunder kravet om cookie pop-up og samtykkepolitik

Alt imens nye marketing platforme løbende er kommet til, nye teknologier som Server-Side Tracking er blevet lanceret og udviklingen af teknologier i de eksisterende platforme er fortsat.

#### - Fremtiden ser ikke meget anderledes ud!

Det kan være en stor udfordring at følge med og få implementeret de nyeste tiltag og opdateringer. Især hvis det skal gøres uden Google Tag Manager.

Takket være Google Tag Manager, har de mange opdateringer, store som små, været muligt at implementere og løse på en overskuelig og effektiv måde. Og takket være værktøjets globale tilstedeværelse, så udvikler de fleste analyse- og marketing platforme sig efter at være 100% kompatible.

Så selv om udviklingen på dette område har været intenst, og fortsat er det, så kan det lade sig gøre at følge med udviklingen. Og når du har kendskab til Google Tag Manager som bindeledet mellem websites og de mange analyse- og marketing platforme, så bliver det en mere overskuelig og effektiv opgave.

#### - Og det gør arbejdet væsentlig sjovere!

På de kommende sider får du en grundforståelse for Google Tag Manager og værktøjets funktioner. Du lærer at opsætte tracking til de største analyse- og marketing platforme og du får løbende en indsigt i, hvad du kan måle på i din forretning, til den enkelte platform. Bogen giver dig en grundig forståelse for de vigtigste funktioner, samt hvordan du bedst gør brug af disse i forskellige henseender.

Sidst men ikke mindst, så gør bogen dig i stand til at udvikle dit tracking setup på egen hånd!

# NÅR DU HAR LÆST BOGEN, VIL DU VÆRE I STAND TIL AT:



Oprette din egen Google Tag Manager



Opsætte tracking til Google Analytics 4, Google Ads og Meta Ads



Opsætte sporing på trafik, opkald og e-mail, download af PDF, henvendelser via kontaktformular og Ecommercehændelser



Bygge videre på at opsætte Tags og Triggers i andre henseender



Opsætte Cookie pop-up, samtykkeregler og Google Consent V2 Advanced.



Opsætte server-side tracking via stape.io

# INDHOLD

### KAP. 1 – HVAD ER GOOGLE TAG MANAGER

- Introduktion
- Opbygning og funktioner

### KAP. 2 – OPSÆTNING AF GOOGLE TAG MANAGER KONTO

- Oprettelse af GTM konto og kobling med website
- Konfiguration af Variabler

### KAP. 3 – OPSÆTNING AF TRIGGERS

- Om Events og Triggers i GTM
- Trigger til sporing af trafik
- Trigger til sporing af events

# INDHOLD

### KAP. 4 - OPSÆTNING AF TAGS

- Om Tags i GTM
- Opsætning af Tags til GA4
- Opsætning af Tags til Google Ads
- Opsætning af Tags til Meta Ads

### KAP. 5 – COOKIE POP-UP, SAMTYKKEREGLER OG GOOGLE CONSENT V2 ADVANCED

- Introduktion til Google Consent V2 advanced
- Opsætning af Google Consent V2 advanced
- Opsætning af samtykke regler for alle Tags

### KAP. 6 – SERVER-SIDE TRACKING

- Introduktion til server-side tracking
- Traditionel Tracking vs. Server-side tracking disciplin
- Forberedelse til SST
- Server GTM Container Opbygning
- SST til Google Analytics 4
- SST til Google Ads
- SST til Meta Ads

### KAP . 1 HVADER GOOGLE TAG MANAGER?

# **INTRODUKTION TIL GTM**

Har du allerede opsat Google Tag Manager, og har du en grundforståelse for værktøjet, så kan du springe videre til Kap. 2.

#### Google Tag Manager (GTM) er et værktøj, der fungerer som et bindeled mellem din hjemmeside og dine analyseværktøjer og annonceplatforme som bl.a. Google Analytics og Google Ads.

Med Google Tag manager kan du bl.a. opsætte sporing på antal besøgende, henvendelser via kontaktformularer, tilmeldinger til nyhedsbrev, klik på opkald, download af PDF'er og ecommerce i form af transaktioner og omsætning på din webshop.

Alt den data - som nu er samlet ét sted - kan herefter sendes videre til Google Analytics, Facebook Ads, Pinterest Ads og mange andre platforme.



### GOOGLE TAG MANAGER -OPBYGNING

#### Tags

Tags er selve bindeleddet mellem din hjemmeside og dine marketing platforme.

Google Tag Manager har gjort forarbejdet og udviklet Tags til en stor del af de forskellige platforme, som bliver brugt i dag.

#### Variabler

Variabler er funktioner, som henter dynamisk data ind fra din hjemmeside. Variabler bruges i flere henseender. Primært bliver de brugt til at konfigurere Triggers.

#### Triggers

Triggers gør det muligt at sende et signal om, at der er kommet en besøgende ind på din hjemmeside og at de har udført en bestemt handling. Igen har Google Tag Manager gjort forarbejdet og udviklet forskellige Trigger typer, som frit kan benyttes.

#### Skabeloner

Skabeloner dækker over et stort udvalg af udviklede tag- og variabelskabeloner udviklet af andre end Google. Her kan du bl.a. finde skabeloner til Meta og TikTok.

## **ANDRE FUNKTIONER**

#### Forhåndsvisning

Forhåndsvisning er et såkaldt "debug mode". Når du f.eks. har oprettet et tag og en Trigger, får du mulighed for at teste dit arbejde i en forhåndsvisning og på den måde sikre, at opsætningen virker korrekt, inden det publiceres. Det er også genialt til fejlsøgning!

#### Publicering

Når du har styr på opsætningen og du har sikret, at der ikke er nogen fejl via "forhåndsvisning", så kan du publicere dine ændringer.

Hvis der er ændringer, som ikke er indsendt, så betyder det, at disse ændringer ikke er trådt i kraft, og dermed spores der ikke.

#### Kort opsummering

Nu har du fået en kort forklaring på de forskellige funktioner i Google Tag Manager, og herfra vil mine forklaringer og gennemgange kun give mere mening. Løbende, som vi arbejder med de forskellige Tag- og Triggeropsætninger, vil du få mere forståelse for de væsentlige principper bag, og hvornår vi bruger hvilke funktioner.

#### Nu til oprettelsen af din Google Tag Manager konto!

### KAP . 2 OPSÆTNING AF GOOGLE TAG MANAGER KONTO

# **OPRET KONTO**

#### Den skudsikre guide

Vil du sikre den helt rigtige oprettelse af din Google Tag Manager, så kan du følge min visuelle guide nedenfor.

Klik her for at gå til guide

#### Den hurtige guide

For at kunne bruge Google Tag Manager, skal du først oprette en konto og indsætte to kodestykker på dit website/din webshop. Følg guiden nedenfor:

- 1. Følg linket: tagmanager.google.com
- 2. Klik på "Opret konto"
- 3. Udfyld "Kontonavn" og vælg det land, din virksomhed befinder sig i.
- 4. Indtast domænenavnet i "Containernavn" og vælg "Web"
- 5. Klik herefter på "Opret"
- 6. Når dette er gjort, får du vist to scripts, som skal implementeres i henholdsvis start <head> tag og <body> tag
- 7. Klik herefter "Indsend", "Offentliggør" og "Fortsæt"

#### Nu er din Google Tag Manager oprettet.



# **TILFØJ VARIABLER**

Næste step er at tilføje de mest brugte Variabler. Google Tag Manager har i forvejen indbyggede Variabler, som du kan tilføje. GTM har på forhånd tilføjet enkelte for dig, men jeg anbefaler, at du også tilføjer alle Klik-variabler.

- 1. Klik på "Variabler"
- 2. Klik på "Konfigurer"

#### Sæt flueben ved alle under Klik:

- Click Element
- Click Classes
- Click ID
- Click Target
- Click URL
- Click Text

×	Konfigurer indbyggede variabler 💿	Q
Klik		
<u>~</u>	Click Element	
<u>~</u>	Click Classes	
<u>~</u>	Click ID	
<b>~</b>	Click Target	
<b>~</b>	Click URL	
~	Click Text	
Form	ularer	
	Form Element	
	Form Classes	
	Form ID	
	Form Target	
	Form URL	

Nu er du klar til at opsætte sporing på din hjemmeside!

## KAP . 3 OPSÆTNING AF TRIGGERS

# **OM EVENTS OG TRIGGERS**

#### Events

Events er interaktioner eller hændelser, der finder sted på dit website, som f.eks. klik på en knap, scroll på en side eller visning af en video. GTM "lytter" konstant til disse events for at vide, hvornår en bestemt handling forekommer på sitet.

#### Triggers

Triggers er de regler, du sætter op i GTM, der bestemmer, hvornår et bestemt Tag skal aktiveres baseret på de events, der sker.

For eksempel kan du oprette en Trigger, der aktiverer et Tag, hver gang en bruger klikker på en bestemt knap. Triggers kan være specifikke (f.eks. klik på en bestemt knap) eller generelle (f.eks. alle sidevisninger).

Sammen sørger events og Triggers for, at de rigtige Tags affyres på de rigtige tidspunkter, hvilket gør dataindsamlingen præcis og relevant for dine marketingbeslutninger.

#### Vi opsætter sporing på følgende events:

- Sidevisninger (page\_view)
- Klik på telefonnummer
- Klik på email
- Download PDF
- Henvendelser via Kontaktformular
- Ecommerce(view\_item, add\_to\_cart, view\_cart, begin\_checkout og purchase)

## TRIGGERS TIL SPORING AF TRAFIK

Der findes forskellige Triggers til sporing af trafik. Disse Triggers bliver oftest benyttet i forbindelse med opsætning af Konfigurationstagget til den enkelte platform samt ved sporing af trafik.

#### Jeg viser de to mest benyttede Triggers herunder:

- 1. **All pages:** Aktiveres ved hver sidevisning (Anbefales, da samtykke nu kan styres under Tags)
- 2. Cookie Consent event: Event sendt fra Cookie pop-up(Tidligere anbefalet inden ny samtykke funktion i GTM.)

# Trigger 1: All pages - anbefalet metode efter ny samtykke funktion i GTM

All pages er allerede oprettet som standard i GTM, så den kan vi benytte uden at skulle ændre noget. Det er den simple løsning til at opsætte sporing af trafik på dit website. **Vi bruger denne metode i bogen.** 

#### **Trigger 2: Cookie Consent event**

Cookie Consent events giver dig en mulighed for kun at spore trafik, ud fra events der sendes ved samtykke. Dette er den tidligere metode man benyttede, før den nye samtykkefunktion under det enkelte Tag kom frem i GTM. Det er fortsat en metode der bruges og virker, men vi benytter den nye metode her i bogen.

Har du et af følgende Cookie-moduler på din side, så sendes der et event ved accept af cookies:

• cookiebot.com cookieinformation.com

#### på næste side kan du se et eksempel på en opsætning med Cookie Consent events.

#### Cookiebot:

Cookiebot sender følgende event ved samtykke "cookie\_consent\_marketing":

- 1. Klik på "Triggers"
- 2. Opret en ny Trigger ved at klikke "Ny"
- 3. Klik på "Triggerkonfiguration"
- 4. Vælg "Tilpasset hændelse"
- 5. Indtast eventet, som skal aktivere Triggeren:
  - cookie\_consent\_marketing
- 6. Navngiv Triggeren og klik "Gem"

#### Nu er din Trigger oprettet og klar til brug

:ookie_consent_marketing 🛅	Gem
Triggerkonfiguration	
Triggertype	
Tilpasset hændelse	
Hændelsesnavn	
cookie_consent_marketing	
Denne trigger aktiveres ved:	

#### **Cookie Information:**

Samme princip som ovenstående gør sig gældende for Cookie Information. Her skal du blot udskifte dit event navn med følgende:

```
"cookie_cat_marketing"
```

**Vigtig!** Vi bruger ikke ovenstående i bogen, men det er vigtigt at forstå princippet for Cookie consent.

Vi benytter i stedet de nye samtykke funktion i GTM, som basere samtykke ud af consent signaler, der sendes med et samtykke. Mere om dette i kapitel 5!

#### Vi tager s<mark>a</mark>mtykkereglerne og opsætningen under Tags, i Kapitel 5<mark>!</mark>

Først skal du sikre, at dit setup er korrekt i forhold til de events, du ønsker at spore. Herefter går vi ind og vælger hvordan de forskellige Tags skal aktiveres ud fra bestemte samtykkeregler!

Det er vigtigt, at den cookie pop-up, du har på siden, kan levere det, som det kræver for at definere consent mode som denied eller granted. Dette kan du undersøge hos den udbyder, du bruger.

Har du enten Cookiebot eller Cookie Information, så er du godt dækket ind ift. kravene.

Og begge har skrevet en guide til selve implementeringen med GTM:

https://support.cookiebot.com/hc/en-us/articles/360003793854-Google-Tag-Manager-deployment/

https://cookieinformation.com/resources/blog/consent-mode-v2google-tag-manager/

Mere om dette senere!

## TRIGGERS TIL SPORING AF EVENTS

Som nævnt tidligere, så kan vi bruge GTM til at spore specifikke handlinger på dit website eller din webshop. Handlinger og adfærd kaldes på GTMsprog events. Events kan deles op i to grupper:

- 1. Adfærdshændelser: Events, der skaber indirekte værdi
- 2. Konverteringshændelser: Events, der skaber direkte værdi

Adfærdshændelser giver en forståelse for, hvordan brugerne benytter dit website eller din webshop. Adfærdshændelserne giver dig blandt andet en indsigt i, hvad du kan gøre for at forbedre brugeroplevelsen på siden generelt.

Konverteringshændelser giver dig indsigt i den generelle performance på dit website eller din webshop. Konverteringshændelser er også defineret som events i GTM, men vil senere skulle markeres som konverteringer. Dette sker dog først efter opsætningen i GTM og begrænser sig til at være et valg, du skal foretage i den enkelte annonceadministrator – f.eks. Google Analytics 4, Google Ads eller Meta.

Konverteringshændelser er de handlinger, som kommer tættest på det, der skaber direkte værdi for din forretning.

- For webshops er Køb (Purchase) ofte Konverteringshændelsen, du måler direkte performance ud fra.
- For servicesider er det ofte henvendelser eller bookinger via en formular.

#### Når du har styr på definitionen, så lad os opsætte vores event Triggers!

## OPSÆTNING AF EVENT TRIGGERS

#### Vi opsætter Triggers til følgende Events:

- Klik på Opkald
- Klik på Email
- Download PDF
- Henvendelse via kontaktformular 3 metoder!

#### Trigger til Klik på opkald

- 1. Klik på "Triggers"
- 2. Opret en ny Trigger
- 3. Klik på "Triggerkonfiguration"
- 4. Vælg "Klik Kun links"
- 5. Sæt Triggeren til "Nogle linkklik"
- 6. Vælg "Click URL", som er den variabel, du oprettede i starten af guiden
- 7. Vælg "indeholder" og Indtast "tel:" da alle klikbare telefonnumre indeholder "tel:" i URL'en.
  - Eksempel: tel:+4560127046

#### Færdig opsætning

Triggerkonfigura	tion				
Triggertype					
🧭 Klik - Ku	n links				1
Vent på tags (	ව lering ල				
Denne trigger aktivere O Alle linkklik	s ved:	linkklik			
Aktivér denne trigger,	når en hænde	else finder sted og alle	e disse beting	elser er opfyldt	

#### Trigger til Klik på email

- 1. Klik på "Triggers"
- 2. Opret en ny Trigger
- 3. Klik på "Triggerkonfiguration"
- 4. Vælg "Klik Kun links"
- 5. Sæt Triggeren til "Nogle linkklik"
- 6. Vælg "Click URL"
- 7. Vælg "indeholder" og Indtast "mailto:" da alle klikbare emails indeholder dette i URL'en
  - **Eksempel:** mailto:bsn@asento.dk
- 8. Navngiv Triggeren og klik "Gem"

#### Færdig opsætning

			-
e linkklik			
	e linkklik	e linkklik	e linkklik

#### Trigger til Download PDF

- 1. Klik på "Triggers"
- 2. Opret en ny Trigger
- 3. Klik på "Triggerkonfiguration"
- 4. Vælg "Klik Kun links"
- 5. Sæt Triggeren til "Nogle linkklik"
- 6. Vælg "Click URL"
- 7. Vælg "indeholder" og Indtast ".pdf" da alle uploadede PDF dokumenter indeholder .pdf i URL'en
- 8. Navngiv Triggeren og klik "Gem"

#### Færdig opsætning:

Triggerkonfigura	tion		
Triggertype			
🧷 Klik - K	un links		/
Vent på tags	0		
Kontrollér vali	dering ⊘		
Denne trigger aktivere	es ved:		
Alle linkklik	Nogle linkklik		
Aktivér denne trigger,	når en hændelse finder sted og	alle disse betingelser er opfyldt	
	- indeholder	▼ ndf	- +

#### Trigger til Kontaktformular - Metode 1: Sidevisning

Flere formularer sender brugerne hen på en tak-side, når formularen er udfyldt. Der skal vi måle eventet på en sidevisning.

- 1. Klik på "Triggers"
- 2. Opret en ny Trigger
- 3. Klik på "Triggerkonfiguration"
- 4. Vælg "Sidevisning"
- 5. Sæt Triggeren til "Nogle sidevisninger"
- 6. Vælg "Page URL"
- 7. Vælg "er lig med" og Indsæt den eksakte URL man lander på, efter brugerne udfylder formularen
- 8. Navngiv Triggeren og klik "Gem"

#### Færdig opsætning

Triggerkonfigura	tion				
Triggertype					
Sidevis	ning				
Denne trigger aktivere	es ved:				
Alle sidevisnin	ger 🔘 I	Nogle sidevisninger	r		
Aktivér denne trigger,	når en hændel	se finder sted og alle	e disse betinge	elser er opfyldt	

#### Trigger til Kontaktformular - Metode 2: Elementsynlighed

Ved andre formulartyper vil der komme en besked frem med en tekst om, at man har modtaget henvendelsen og vender tilbage. Er det tilfældet, så skal man forsøge at måle på elementet, der bliver synligt fremfor en bekræftelsesside.

Vi kan måle på elementets Class og bede GTM om kun at trigge, når denne Class bliver synlig. Classes er forskellige fra system til system, så tal med din udvikler eller trackingspecialist for at få din specifikke Class identificeret.

#### Vi tager udgangspunkt i, at Classen hedder "form\_success"

- 1. Klik på "Triggers"
- 2. Opret en ny Trigger
- 3. Klik på "Triggerkonfiguration"
- 4. Vælg "Elementsynlighed"
- 5. Sæt udvælgelsesmetoden til "CSS-vælger"
- 6. Indtast din class i "Elementvælger" med et punktum foran. Dette definer navnet som en class
  - **Eksempel:** ".form\_success"
- 7. Juster synlighedsprocenten til 1 jo lavere synlighedsprocent, jo sikre er vi på, at vi aktiverer Triggeren
- 8. Sæt flueben i "Aktiv'er ved DOM-ændringer"
- 9. Navngiv Triggeren og klik "Gem"

#### Se den færdige opsætning på næste side!

#### Færdig opsætning

Triggerkonfiguration		
Triggertype		
Elementsynlighed		
Udvælgelsesmetode		
CSS-vælger	*	
Elementvælger ⊘		
.form_succes	101	
Una mila alcal da na atria na alchivera a		
Én gang pr. side ⑦		
Én gang pr. side ⑦		
<ul> <li>Én gang pr. side ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> </ul>		
<ul> <li>Én gang pr. side ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Hver gang et element vises på :</li> </ul>	skærme	en 🕐
<ul> <li>Én gang pr. side ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Hver gang et element vises på</li> </ul>	skærme	en
<ul> <li>Én gang pr. side ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Hver gang et element vises på</li> </ul>	skærme	en ⑦
<ul> <li>Én gang pr. side ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Hver gang et element vises på</li> </ul> Avanceret Laveste synlighedsprocent ⑦	skærme	en ⑦
<ul> <li>Én gang pr. side <sup>(2)</sup></li> <li>Én gang pr. element <sup>(2)</sup></li> <li>Hver gang et element vises på</li> </ul> Avanceret Laveste synlighedsprocent <sup>(2)</sup>	skærme	en ⑦ procent
<ul> <li>Én gang pr. side ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Hver gang et element vises på</li> </ul> Avanceret Laveste synlighedsprocent ⑦   1	skærme ##	en ⑦ procent på skærmen ⑦
<ul> <li>Én gang pr. side ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Hver gang et element vises på</li> </ul> Avanceret           Laveste synlighedsprocent ⑦           1           Angiv minimumvarighed for syn           Aktivér ved DOM-ændringer ⑦	skærme IIII nlighed	en ⑦ procent på skærmen ⑦
<ul> <li>Én gang pr. side ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Hver gang et element vises på</li> </ul> Avanceret Laveste synlighedsprocent ⑦ 1 Angiv minimumvarighed for syn Aktivér ved DOM-ændringer ⑦ De valgte muligheder kan indvirked	skærme hlighed	en ⑦ procent på skærmen ⑦
<ul> <li>Én gang pr. side ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Hver gang et element vises på</li> </ul> Avanceret Laveste synlighedsprocent ⑦ 1 Angiv minimumvarighed for syn Aktivér ved DOM-ændringer ⑦ De valgte muligheder kan indvirket Hvis du angiver en minimumvarigi skulle aktiveres ved DOM-ændringer	skærme nlighed e på we hed for jer, skal	en ⑦ procent på skærmen ⑦  bsitets effektivitet. synlighed på skærmen eller konfigurerer udløseren til at Google Tag Manager overvåge status for de valgte
<ul> <li>Én gang pr. side <sup>(2)</sup></li> <li>Én gang pr. element <sup>(2)</sup></li> <li>Én gang pr. element <sup>(2)</sup></li> <li>Hver gang et element vises på si</li> </ul> Avanceret Laveste synlighedsprocent <sup>(2)</sup> 1 Angiv minimumvarighed for syn Aktivér ved DOM-ændringer <sup>(2)</sup> De valgte muligheder kan indvirket Hvis du angiver en minimumvarigi skulle aktiveres ved DOM-ændringe elementer. Når flere elementer på	skærme hlighed e på we hed for jer, skal en bes	en ⑦ procent på skærmen ⑦ ebsitets effektivitet. synlighed på skærmen eller konfigurerer udløseren til at l Google Tag Manager overvåge status for de valgte temt side matches, kan det indvirke på websitets effektivitet
<ul> <li>Én gang pr. side ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Hver gang et element vises på i</li> <li>Avanceret</li> <li>Laveste synlighedsprocent ⑦</li> <li>1</li> <li>Angiv minimumvarighed for syn</li> <li>Aktivér ved DOM-ændringer ⑦</li> <li>De valgte muligheder kan indvirke</li> <li>Hvis du angiver en minimumvarigi skulle aktiveres ved DOM-ændringe</li> <li>elementer. Når flere elementer på (efter sideindlæsning). For at opnikke matcher et stort antal elementer</li> </ul>	skærme hlighed e på we hed for jer, skal en bes å den s nter, elle	en ⑦ procent på skærmen ⑦ ebsitets effektivitet. synlighed på skærmen eller konfigurerer udløseren til at l Google Tag Manager overvåge status for de valgte temt side matches, kan det indvirke på websitets effektivitet tørst mulige effektivitet skal du sikre dig, at din CSS-vælger er i stedet bruge id som udvælgelsesmetode.
<ul> <li>Én gang pr. side ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Én gang pr. element ⑦</li> <li>Hver gang et element vises på sinterest</li> <li>Avanceret</li> <li>Laveste synlighedsprocent ⑦</li> <li>1</li> <li>Angiv minimumvarighed for synterest</li> <li>Aktivér ved DOM-ændringer ⑦</li> <li>De valgte muligheder kan indvirket</li> <li>Hvis du angiver en minimumvarigies</li> <li>skulle aktiveres ved DOM-ændringer</li> <li>(efter sideindlæsning). For at opnatieket</li> <li>Denne trigger aktiveres ved:</li> </ul>	skærme nlighed e på we hed for ger, skal en bes å den s ater, elle	en ⑦ procent på skærmen ⑦ synlighed på skærmen eller konfigurerer udløseren til at Google Tag Manager overvåge status for de valgte temt side matches, kan det indvirke på websitets effektivitet tørst mulige effektivitet skal du sikre dig, at din CSS-vælger er i stedet bruge id som udvælgelsesmetode.

#### Trigger til Kontaktformular - Metode 3: Custom event

Nogle formularer giver også mulighed for at sende et custom event til GTM. Denne metode kræver, at man sender eventet via et dataLayer.Push script, efter formularen er udfyldt.

#### Eksempel på script:

```
<script>
window.dataLayer = window.dataLayer || [];
window.dataLayer.push ([
'event': 'form_success''
]);
</script>
```

#### Vi tager udgangspunkt i eventet "form\_succes"

- 1. Klik på "Triggers"
- 2. Opret en ny Trigger
- 3. Klik på "Triggerkonfiguration"
- 4. Vælg "Tilpasset hændelse"
- 5. Indtast eventet

a. Eksempel: "form\_success"

6. Navngiv Triggeren "Kontaktformular" og klik "Gem"

#### Færdig opsætning

<b>T</b> 1 <b>A</b> 3		
Iriggerkonfiguration		
Triggertype		
O Tilpasset hændelse	ľ	
Hændelsesnavn		
form_success Brug matchning af regen	ζ	
Denne trigger aktiveres ved:		

## OPSÆTNING AF ECOMMERCE TRIGGERS

For at opsætte Triggers til at spore ecommerce events, kræver det, at din webshop sender den rette data til GTM. Dette vil kræve et modul, som kan håndtere - og sende - ecommerce data. Det er også muligt at kode det fra bunden til hvert ecommerce event.

#### Nedenfor ses løsninger for nogle af de mest gængse shop systemer:

- Wordpress: <u>GTM4WP</u> Gratis plugin
- Shopify: <u>TAGinstall</u> Betalt app
- Magento 2: Enhanced Ecommerce Tracking Betalt modul
- DanDomain: dataLayer.push scripts er bygget ind i den gamle version

- Spørg evt. din udvikler, hvad mulighederne er for lige præcis dit shopsystem!

#### Eksempel på et ecommerce event script:

```
<script>
window.dataLayer = window.dataLayer || [];
window.dataLayer.push ({
 "event": "add_to_cart",
 "ecommerce": {
   "currency": "DKK",
   "value": 1300,
   "items":
    {
      "item_id": 39,
      "item_name": "Chokolade kage",
      "item_brand": "Kageshoppen",
       "price": 1300,
      "item_category": "Kage",
      "quantity": "1",
       "google_business_vertical": "retail"
    }
   }
});
</script>
```

#### Ecommerce data via dataLayer

Et dataLayer.push script gør det muligt for GTM, at indsamle data omkring et bestemt event. DataLayer kan benyttes på flere måder og kan indeholde mange forskellige informationer.

Du skal selv sørge for både at oprette Variabler ud fra vores dataLayer og sende disse med de enkelte Tags.

Nogle Tags i GTM, har gjort det nemt, og sørger selv for at indsamle og sende den rigtige data med uden du skal oprette dine egne variabler. Det gælder blandt andet Google Analytics 4!

Jeg viser, hvilke datalagsvaribaler, der er nødvendige at oprette og tilføje til de enkelte Tags løbende.

Med de rette ecommerce dataLayer.push scripts, kan vi effektivisere GTM opsætningen!

#### Mere om dette senere!

#### Trigger til ecommerce events

Vi kan samle alle ecommerce events under én Trigger – og senere under ét Tag. Nedenfor vil du se, hvordan du opretter Triggeren, så den aktiveres for alle relevante ecommerce events.

- 1. Klik på "Triggers"
- 2. Opret en ny Trigger
- 3. Klik på "Triggerkonfiguration"
- 4. Vælg "Tilpasset hændelse"
- 5. Tilføj under "Hændelsesnavn" alle relevante events, som sendes via dataLayer.push, og adskil dem med tegnet "|"
  - Eksempel:

view\_item|add\_to\_cart|view\_cart|begin\_checkout|purchase

- 6. Sæt flueben ved "Brug mathning af regex"
- 7. Navngiv Triggeren "Ecommerce" og klik "Gem"

#### Færdig opsætning

Triggerienfigunghien	
Iriggerkonfiguration	
Triggertype	
O Tilpasset hændelse	1
Hændelsesnavn view_item add_to_cart view_cart begin_	ex
Hændelsesnavn view_item add_to_cart view_cart begin_ Brug matchning af reg	ex
ændelsesnavn view_item add_to_cart view_cart begin_ Brug matchning af reg	ex

Der findes flere ecommerce events til Google Analytics 4, men de nævnte er oftest de, jeg ser, som bliver brugt aktivt i et marketing setup.

Du kan finde alle Google Analytics 4 ecommerce events her: https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ga4/eco mmerce?client\_type=gtm

# **TRIGGER SETUP**

Nu har vi opsat alle Triggers, vi skal bruge, og vi er klar til at opsætte vores Tags til de forskellige analyse- og marketingplatforme!

÷ (	🔷 Tag Manager	Alle kor	nti > Google Tag Manager B jaminspeedtsberg.dk	- SS -	Q Søgi	arbejdsområde	:	0	: (5	
Arbe	ejdsområde Versioner	Admi	nistrator		GTM-T22834S	G Forhånds	visnir	g	Indsend	
AKTU Defa	eLT ARBEJDSOMRÅDE	Trig	gers					Q	Ny	
			Navn	Hændelsestype	Filter		Tags	Senest re	digeret $\downarrow$	
	Oversigt		Ecommerce	Tilpasset hændelse			2	få sekur	der siden	
۲	Triggers		Kontaktformular	Tilpasset hændelse			3	få sekur	der siden	
-	Variabler		Email	Kun links	Click URL	indeholder mailto:	3	3 minut	er siden	
	Mapper		Download PDF	Kun links	Click URL	indeholder .pdf	3	4 minut	er siden	
D	Skabeloner		Opkald	Kun links	Click URL	indeholder tel:	3	6 minut	er siden	

Vores Triggers kan nu bruges til alle analyse- og marketing platforme, vi benytter. Og skulle der komme en ny platform, så er det nemt og overskueligt, at koble på, da vi allerede ved, hvilke events, vi ønsker at spore.

Næste step er at oprette alle Tags og gøre brug af vores Triggers!

## KAP . A OPSÆTNING AF TAGS

# **OM TAGS**

#### Tags

Tags er bindeleddet mellem websitet eller webshoppen og de analyseog marketing platforme, vi arbejder med. Tags gør det muligt at sende den rette data til den rette platform, og uanset platform vil vi kunne gøre brug af de samme Triggers.

GTM gør det dermed overskueligt og effektivt, og det sikrer, vores marketingaktiviteter måles korrekt og ens på tværs platformene.

#### Vi opsætter sporing til følgende platforme:

- Google Analytics 4
- Google Ads
- Meta Ads

#### Variabler under Tags

Variabler har vi tidligere brugt i forbindelse med opsætning af Triggers. Men Variabler kan også bruges til andet end at definere, hvor og hvornår en Trigger skal aktivere et Tag.

Variabler kan også bruges til at sende specifik data med vores events i vores Tag opsætning. Dette bliver oftest brugt til Google Analytics 4, men der er også tilfælde, hvor vi benytter Variabler til Google Ads og Meta.

For eksempel vil vi i forbindelse med et event, hvor brugerne downloader en PDF, kunne sende {{Click URL}} variablen med, og dermed få at vide, hvilke PDF'er, der bliver downloadet.

Og som nævnt tidligere, kan vi også oprette vores egne Variabler ud fra et dataLayer.push script. Dette demonstreres ved ecommerce Tag opsætningerne.

#### Jeg viser, hvilke Variabler, der er relevante at benytte til det enkelte Tag!

# **OPSÆTNING AF GA4 TAGS**

Vi starter med at opsætte tracking til Google Analytics 4. Idet vi har alle Triggers på plads, skal vi blot oprette alle Tags og tilføje den korrekte Trigger. Vi starter med at opsætte Konfigurationstagget til Google Analytics 4, som samtidig sporer trafik.

#### **Opret GA4 konfigurationstag**

#### Konfiguration og sporing af trafik til Google Analytics 4:

- 1. Klik på "Tags"
- 2. Opret nyt tag ved at klikke "Ny"
- 3. Klik på "Tag Konfiguration" og vælg "Google Analytics" efterfulgt af "Google-tag"
- 4. Indtast dit Measurement ID fra GA4 (G-XXXXXXXXXXX)\*
- 5. Åben konfigurationsindstillingerne og "Tilføj parameter"
  - Skriv "send\_page\_view" i første felt "Konfigurationsparameter"
  - Skriv "true" i andet felt "Værdi"

#### Tagkonfigurationen

Tagkonfiguration			
Tagtype			
Google-tag Google			
Tag-id ⑦ {{GA4 ID - G-ES7Q18FMTE}}			
Konfigurationsindstillinger			
Konfigurationsparameter		Værdi	
send_page_view	~	true	

#### \*Du kan med fordel oprette dit measurement ID som en konstant:

- 1. Klik på klodsen ud for "Tag-ID" og klik på det blå + øverst i højre hjørne
- 2. Klik på "Konfiguration af variabel" og vælg "Konstant"
- 3. Indsæt Measurement ID i feltet "værdi", navngiv variablen og klik gem

#### Tilføj din Trigger

Vi kan vælge at spore på hele dit website på 2 måder. Enten med den indbyggede Trigger "All Pages" eller bruge din egen oprettede Trigger, som kun aktiveres ved samtykke.

- 1. Klik på "Triggers" under Tagget du lige har konfigureret
- 2. Vælg "All pages"
- 3. Navngiv herefter Tagget og klik "Gem"

Nu er Tagget og Triggeren oprettet for sporing af trafik til GA4. Vi mangler kun at publicere vores ændringer - men det kommer vi til!

#### Konfigurationstag og page\_view event til GA4

Tagkonfiguration			
Tagtype			
Google-tag Google			
Tag-id ⑦ {{GA4 ID - G-ES7Q18FMTE}}			
Konfigurationsindstillinger			
Konfigurationsparameter		Værdi	
send_page_view	~	true	
Triggers			
Aktiverende triggers			
All Pages Sidevisning			

#### **Google Analytics 4 event Tags**

Principperne for at sende event data er nogenlunde de samme, uanset hvilket event, der er tale om. Forskellen ligger i eventnavnet og i de ekstra parametre, vi ønsker at sende med.

#### Herunder tager vi udgangspunkt i eventet "Opkald":

#### GA4 opkald event

- 1. Opret nyt Tag ved at klikke "Ny" under Tags
- 2. Klik på "Tag Konfiguration" og vælg "Google Analytics" efterfulgt af "Google Analytics: GA4-hændelse"
- 3. Indtast eller vælg din nye konstant med dit Measurement ID
- 4. Indtast "Hændelsesnavn" → "Opkald"
- 5. Tilføj evt. "Hændelsesparamter" som "Click URL" og "Page URL"

#### Tagkonfigurationen

agtype	
Google Analytics: GA4-hændelse Google Marketing Platform	
Målings-id {{GA4 ID - G-ES7Q18FMTE}}	Oer blev fundet et Google-tag i denne container
ændelsesnavn 🕥	
ændelsesnavn ③ pkald	
ændelsesnavn ③ pkald ændelsesparametre	
iændelsesnavn ⑦ Opkald Hændelsesparametre iændelsesparameter	Værdi
Hændelsesnavn ③ Opkald Hændelsesparametre Hændelsesparameter elefonnummer	Værdi {{Click URL}}

Vi har opsat to hændelsesparametre, hvor vi trækker {{Click URL}} og {{Page URL}}. Dette giver os følgende indsigt for dette event:

- Hvilke telefonnumre, brugerne klikker på
- Hvilken landingsside, der skabte det enkelte event

#### Tilføj Trigger for Opkald eventet

Vi har på forhånd bygget vores opkald Trigger, så den skal vi blot tilføje!

- 1. Klik på "Triggers" under dit Tag
- 2. Vælg "Opkald Triggeren"
- 3. Navngiv herefter Tagget som ønsket.

#### **Opkald event til GA4**

Tagkonfiguration		
Tagtype		
Google Analytics: GA4-hændelse Google Marketing Platform		
Målings-id {{GA4 ID - G-ES7Q18FMTE}}	Oer blev fundet et Google-tag i denne container	
Hændelsesnavn ⑦ Opkald		
Hændelsesparametre		
Hændelsesparameter	Værdi	
telefonnummer	{{Click URL}}	
landingsside	{{Page URL}}	
Triggers		
Aktiverende triggers		
Aktiverende triggers		

#### Gentag processen for hvert event!

Nu skal du blot oprette de resterende events til Google Analytics 4. Du finder opsætningerne til alle events på de næste sider.

**Tip!** Du kan med fordel kopiere det Tag, du lige har oprettet for at skynde processen.

#### Email event til GA4

lagkonfiguration		
Tagtype		
Google Analytics: GA4-hændelse Google Marketing Platform		
Målings-id {{GA4 ID - G-ES7Q18FMTE}}	Oer blev fundet et Google-tag i denne container	
Hændelsesnavn 🕜		
Email		
Hændelsesparametre		
Hændelsesparameter	Værdi	
Hændelsesparameter email	Værdi {{Click URL}}	
Hændelsesparameter email landingsside	Værdi {{Click URL}} {{Page URL}}	
Hændelsesparameter email landingsside	Værdi {{Click URL}} {{Page URL}}	
Hændelsesparameter email landingsside Triggers	Værdi {{Click URL}} {{Page URL}}	

Vi benytter samme Variabler, men skifter navnet for

hændelsesparameteret, der trækker data fra {{Click URL}}. Det sikrer, at vi kan skille Variablen ad, så indsigten kan aflæses præcist for det enkelte event.
## Download PDF event til GA4

Tagkonfiguration		
Tagtype		
Google Analytics: GA4-hændelse Google Marketing Platform		
Målings-id {{GA4 ID - G-ES7Q18FMTE}}	Oer blev fundet et Google-tag i denne container	
Hændelsesnavn ⑦ Download PDF		
Hændelsesnavn ⑦ Download PDF Hændelsesparametre		
Hændelsesnavn ⑦ Download PDF Hændelsesparametre Hændelsesparameter	Værdi	
Hændelsesnavn ⑦ Download PDF Hændelsesparametre Hændelsesparameter landingsside	Værdi {{Page URL}}	
Hændelsesnavn ⑦ Download PDF Hændelsesparametre Hændelsesparameter landingsside pdf	Værdi {{Page URL}} {{Click URL}}	
Hændelsesnavn ⑦ Download PDF Hændelsesparametre Hændelsesparameter landingsside pdf Triggers	Værdi {{Page URL}} {{Click URL}}	

{{click URL}} benyttes til at se, hvilke PDF'er, der downloades, når brugerne aktiverer dette Tag.



### Kontaktformular event til GA4

Tagtype	
Google Analytics: GA4-hæne Google Marketing Platform	delse
Målings-id {{GA4 ID - G-ES7Q18FMTE}}	Oer blev fundet et Google-tag i denne container
Kontaktformular	
Hændelsesparametre	
<b>Hændelsesparametre</b> Hændelsesparameter	Værdi
Hændelsesparametre Hændelsesparameter landingsside	Værdi {{Page URL}}
Hændelsesparametre Hændelsesparameter landingsside referrer	Værdi {{Page URL}} {{Referrer}}
Hændelsesparametre Hændelsesparameter landingsside referrer Triggers	Værdi {{Page URL}} {{Referrer}}

Henvendelser via en kontaktformular giver ikke noget data for Variablen {{Click URL}}. Her benytter vi i stedet {{Referrer}}, som fortæller os, hvilken side brugeren kom fra, inden de landede på siden med kontaktformularen.

Det giver indsigt i, hvilke sider, der driver brugerne til kontaktsiden.

#### Ecommerce

Ecommerce events opsætter vi under ét Tag for at gøre opsætningen simpel. Derfor skal GA4 event Tagget også opsættes lidt anderledes end de andre.

#### Følg med på næste side!

### **Opret Ecommerce Tagget**

- 1. Vælg det samme GA4 event Tag
- 2. Indsæt dit GA4 Measurement ID
- 3. Under "Hændelsesnavnet" skal du klikke på byggeklodsen og vælge den indbyggede Variabel "Event"\*
- 4. Gå herefter under "Flere indstillinger" i Tagget og sæt flueben ved "Send data om e-handel"\*\*
- 5. Lad "Datakilde" stå til "Data Layer"
- 6. Klik "Gem"

Tagtype	
Google Analytics: GA4- Google Marketing Platform	hændelse
Målings-id {{GA4 ID - G-ES7Q18FMTE}}	Der blev fundet et Google-tag i denne container
Hændelsesnavn ⊘	
((Event))	
({Event})	
{{Event}} E-handel	
{{Event}} E-handel ✓ Send data om e-handel	
{{Event}} E-handel ✓ Send data om e-handel Datakilde Data Layer	
{{Event}} E-handel ✓ Send data om e-handel Datakilde Data Layer	
{{Event}} E-handel ✓ Send data om e-handel Datakilde Data Layer Triggers	

\*Ved at bruge {{Event}} Variablen som "Hændelsesnavn" henter Tagget automatisk det event, som aktiverede Triggeren, og dermed sender vi alle events separat, som de sker på siden, ind til Google Analytics 4.

\*\*Her trækker Tagget automatisk data fra dataLayer.push scr<mark>iptet</mark>

## **GOOGLE ANALYTICS 4 TRACKING SETUP**

## Færdiggør GA4 opsætningen

Nu har vi bygget alle Tags til GA4, og vi er klar til at publicere vores opsætning!

- 1. Klik på "Indsend"
- 2. Indsæt "Versionsnavn"
- 3. Klik "Offentliggør"

Nu er vores opsætning publiceret og vi begynder at spore på de events, vi har opsat!

#### Færdig GTM opsætning til Google Analytics 4

← 🔷 Tag Manager	Alle konti > Google Tag Manager B benjaminspeedtsberg	.dk - SS - Søg i arbejdsområde	:: @ : 👰
Arbejdsområde Versioner	Administrator	GTM-T22834SG Ændringer af arbejdsområde: 6	Forhåndsvisning Indsend
AKTUELT ARBEJDSOMRÅDE	Tags	GA4	X Ø Ny
	□ Navn ↑	Type Aktiverende triggers	Senest redigeret
Oversigt	GA4 - Download PDF	Google Analytics: GA4- 🥝 Download PDF hændelse	3 måneder siden
<ul> <li>Triggers</li> </ul>	GA4 - Ecommerce	Google Analytics: GA4- O Ecommerce	5 måneder siden
M Variabler	GA4 - Email	Google Analytics: GA4- 🥜 Email hændelse	5 måneder siden
Mapper Mapper	GA4 - Konfiguration	Google-tag 🧿 All Pages	4 minutter siden
Skabeloner	GA4 - Kontaktformular	Google Analytics: GA4- 🤨 Kontaktformular hændelse	4 måneder siden
	GA4 - Opkald	Google Analytics: GA4- 🥝 Opkald hændelse	5 måneder siden

#### Next step!

Nu skal vi blot holde øje med GA4 og sikre, at dataen kommer ind. Derudover skal vi udvælge de events, som skal markeres som en konvertering.

## Find events i Google Analytics 4

Når opsætningen i GTM er publiceret, og du begynder at spore dine besøgende, så vil der - ved første event registreret - blive sendt data til GA4.

Du finder dine events i GA4 under Administrator og Events. Det er også herunder, du kan slå det enkelte event til som en "konvertering".

Det vil jeg anbefale, at du gør ved de events, som giver direkte værdi i forretningen.

For eksempel vil henvendelser via en kontaktformular være et event, som formentlig skal ændres til en konvertering, da den type henvendelser ofte leder til reel værdi i forretningen.

Ved webshops er det naturligvis Køb (Purchase), som er den vigtigste konvertering. Purchase eventet er som standard slået til som en konvertering, så her behøver du ikke gøre noget.

#### Herunder ser du, hvor du finder dine events og hvordan du markerer som en konverteringer i GA4

+ Opret -							
Administrator				Rea	diger hændels	e Opret hændelse	
Konfigurationsassistent	Eksisterende hændelser					Q L	
	Hændelsesnavn ↑	Antal Procentvis	ændring	Brugere Procentvi	s ændring	Markér som konvertering 🥐	
Konto	add_to_cart	114		22			
	begin_checkout	112		19			
Ejendomsindstillinger ^	Email	3		1		-	
<ul> <li>Ejendom</li> <li>Indsamling og redigering af d</li> </ul>	first_visit	64		64			
<ul> <li>Datavisning</li> </ul>	Opkald	5		2		-	
Hændelser	page_view	1.135		67	-		
Konverteringer	purchase	66		16	-		
Målgrupper	Kontaktformular	135		67			
Tilpassede definitioner	view_cart	75		19			

## OPSÆTNING AF TAGS TIL GOOGLE ADS

En anden stor platform, som ofte er en afgørende platform i en digital marketing strategi, er Google Ads. Derfor er det vigtigt, du sender korrekt data til platformen, så du kan spore performance korrekt, opbygge effektive segmenter og få det maksimale ud af dine remarketingkampagner. Her er trafik ikke en så vigtig faktor, men vi skal fortsat opsætte Google Ads Konfigurationstagget.

## Opret Google Ads Konfigurationstag og Konverteringslinker

#### Konfiguration af Google Ads tag:

- 1. Klik på "Tags"
- 2. Opret nyt Tag
- 3. Klik på "Tag Konfiguration" og vælg "Google Ads" efterfulgt af "Google-tag"
- 4. Indtast dit Google Ads Tag (AW-XXXXXXXX)\*
- 5. Vælg "All Pages" Triggeren.
- 6. Navngiv dit Tag og klik "Gem"

#### \*Find dit Google Ads tag:

- 1. Gå til ads.google.com og vælg din Ads konto
- 2. Klik på "Værktøjer og indstillinger" efterfulgt af "Googletag"
- 3. Klik på "Installationsvejledning" og på "Foretag installation manuelt"
- 4. Kopier kun ID'et: "AW-XXXXXXXX"

#### Færdig opsætning

lagkont	riguration		
Tagtype			
G	Google-tag Google		
Tag-id ⑦ AW-8701	90468		
<b>-</b> .			
Iriggers	5		
Aktivaran	de triggers		

#### **Google Ads Konverteringslinker**

Inden vi opretter vores events, anbefaler Google, at du opretter Konverteringslinkertagget. Tagget er indbygget i GTM, og Google anbefaler, at du opretter det, for at Google Ads bedre kan tildele events til deres platform.

- 1. Klik på "Tags"
- 2. Opret nyt Tag
- 3. Vælg "Konverteringstilknytning" Tagget
- 4. Vælg "All Pages" Triggeren.
- 5. Navngiv dit tag og klik "Gem"

#### Færdig opsætning

Tagkonf	iguration	
Tagtype		
	Konverteringstilknytning	
	Google	
Der kræv	Google es ingen konfiguration. Få flere oplysninger	
Der kræv	Google es ingen konfiguration. Få flere oplysninger	
Der kræv	Google es ingen konfiguration. Få flere oplysninger	
Der kræv Triggers	Google es ingen konfiguration. Få flere oplysninger	

### **Opret Google Ads events**

Næste step er opsætning af alle events til Google Ads. Her skal vi først ind i Google Ads og oprette det enkelte event.

- 1. Gå til ads.google.com
- 2. Klik på "Værktøjer og indstillinger" efterfulgt af "Konverteringer"
- 3. Klik på "Ny konverteringshandling"
- 4. Indtast dit "Website"
- 5. Indsæt domæne og klik "Gennemse"
- 6. Scroll ned til "Opret Opret konverteringshandlinger manuelt ved hjælp af kode" og klik på "Tilføj en konverteringshandling manuelt"
- 7. Følg guiden i Google Ads
- 8. Gentag processen for hvert event!

Når alle konverteringshandlinger er oprettet i Google Ads, får du et Konverterings-id og en Konverterings-etikette for hver konvertering. Dem skal vi bruge i GTM **- gå tilbage i Google Tag Manager!** 

### Google Ads opkald event

- 1. Klik på "Tags"
- 2. Vælg Google Ads" efterfulgt af "Google Ads-konverteringssporing"
- 3. Indsæt dit Google Ads Konverterings-ID (XXXXXXXXX)\*
- 4. Indsæt Konverteringsetiketten, der passer til email eventet

Nu er Tag opsætningen færdig!

- 1. Vælg "Opkald" triggeren.
- 2. Navngiv dit tag og klik "Gem"

## **Opkald event til Google Ads**

Tagkonf	guration	
Tagtype		
٨	Google Ads-konverteringssporing Google Ads	
🕑 Co	ntaineren indeholder et konverteringstilknytningstag.	
Convertori		
Konverten	ngs-id 🕜	
({gAds id	ngs-id ⑦ - 548963251}}	
(gAds id Konverteri fsMysfCP	ngs-id ⑦ - 548963251}} ngsetiket ⑦ 1usdYEISb-J4JK	
{{gAds id Konverteri fsMysfC}	ngs-id ⑦ - 548963251}} ngsetiket ⑦ 1usdYEISb-J4JK	
({gAds id Konverteri fsMysfCł	ngs-id ⑦ - 548963251}} ngsetiket ⑦ .1usdYEISb-J4JK	
({gAds id Konverteri fsMysfCł Triggers	ngs-id ⑦ - 548963251}} ngsetiket ⑦ 1usdYEISb-J4JK	

\*Du kan med fordel oprette en ny konstant Variabel til dit Konverterings-ID, så du nemt kan hente det ind, i stedet for at indtaste det manuelt hver gang. Nu skal vi blot gentage processen, og indtaste de rigtige Etiketter for hvert event.

## Email event til Google Ads

AUS - E		Ger
Tagkonfi	guration	
Tagtype		
٨	Google Ads-konverteringssporing Google Ads	
🕑 Con	taineren indeholder et konverteringstilknytningstag.	
Con Konverterin	ntaineren indeholder et konverteringstilknytningstag.	
Con Konverterin {{gAds id -	ntaineren indeholder et konverteringstilknytningstag. ngs-id ⑦ - 548963251}}	
Con Konverterin {{gAds id - Konverterin	ntaineren indeholder et konverteringstilknytningstag. ngs-id ⑦ - 548963251}} ngsetiket ⑦	
Con Konverterin {{gAds id - Konverterin dsMyHOC	ntaineren indeholder et konverteringstilknytningstag. ngs-id ⑦ - 548963251}} ngsetiket ⑦ K1uoYEISb-J4D	
Con Konverterin {{gAds id - Konverterin dsMyHOC	ntaineren indeholder et konverteringstilknytningstag. ngs-id ⑦ - 548963251}} ngsetiket ⑦ K1uoYEISb-J4D	
Con Konverterin {{gAds id - Konverterin dsMyHOC Triggers	ntaineren indeholder et konverteringstilknytningstag. ngs-id ⑦ - 548963251}} ngsetiket ⑦ :K1uoYEISb-J4D	
Con Konverterin ({gAds id - Konverterin dsMyHOC Triggers Aktiverende	ntaineren indeholder et konverteringstilknytningstag. ngs-id ⑦ - 548963251}} ngsetiket ⑦ K1uoYEISb-J4D	
Con Konverterin {{gAds id - Konverterin dsMyHOC Triggers Aktiverende	e triggers	



## Download PDF event til Google Ads

gAds -	Download PDF 🗖	Gem
Tagkonf	figuration	
Tagtype		
٨	Google Ads-konverteringssporing Google Ads	
🕢 Co	antainaran indahaldar at konverteringetilknytningetag	
-	intameren indenoider et konverteringstiknytningstag.	
Konverteri	ings-id ⑦	
Konverteri { <b>(gAds id</b>	ings-id ⑦ I - 548963251}}	
Konverteri <b>{{gAds id</b> Konverteri	ings-id ⑦ d - 548963251}}	
Konverteri {{gAds id Konverteri dsMyJFH	ings-id ⑦ i- 548963251}} ingsetiket ⑦ HCK1uobdDISb-J3d	
Konverteri {{gAds id Konverteri dsMyJFH	ings-id ⑦ d - 548963251}} ingsetiket ⑦ HCK1uobdDISb-J3d	
Konverteri {{gAds id Konverteri dsMyJFH Triggers	ings-id ⑦ 1 - 548963251}} ingsetiket ⑦ HCK1uobdDISb-J3d	
Konverteri {{gAds id Konverteri dsMyJFH Triggers Aktiverend	ings-id ⑦ 1 - 548963251}} ingsetiket ⑦ HCK1uobdDISb-J3d	
Konverteri {{gAds id Konverteri dsMyJFH Triggers Aktiverend	ings-id ⑦ I - 548963251}} ingsetiket ⑦ HCK1uobdDISb-J3d	

## Kontaktformular event til Google Ads

gAds - I	Kontaktformular 🗋 🛛 🕞	m
Tagkonf	iguration	
Tagtype		
٨	Google Ads-konverteringssporing Google Ads	
🕑 Co	ntaineren indeholder et konverteringstilknytningstag.	
Konverteri	ngs-id 🕐	
Konverterii { <b>(gAds id</b>	ngs-id ⑦ I - 548963251}}	
Konverterii { <b>(gAds id</b>	ngs-Id ⑦  - 548963251}}	
Konverterin {{gAds id Konverterin dsMyJFH	ngs-id ⑦ I - 548963251}} ingsetiket ⑦ ICK1uoYEISb-J4S	
Konverterii {{gAds id Konverterii dsMyJFH	ngs-Id ⑦ I - 548963251}} ngsetiket ⑦ ICK1uoYEISb-J4S	
Konverterii {{gAds id Konverterii dsMyJFH Triggers	ngs-id ⑦ I - 548963251}} ingsetiket ⑦ ICK1uoYEISb-J4S	
Konverterii {{gAds id Konverterii dsMyJFH Triggers Aktiverend	ngs-id ⑦ I - 548963251}} Ingsetiket ⑦ ICK1uoYEISb-J4S	
Konverterii {{gAds id Konverterii dsMyJFH Triggers Aktiverend	I - 548963251}} Ingsetiket ③ ICK1uoYEISb-J4S de triggers Kontaktformular	

#### **Google Ads Purchase event**

Igen er Tag opsætningen en smule anderledes, når det kommer til ecommerce events. Vi tager udgangspunkt i "Purchase" eventet!

#### **Opret Purchase Tag for Google Ads**

- 1. Vælg samme Tag og indsæt ID og Etiket for eventet
- 2. Opret 3 Datalagsvariabler\* for at hente dynamiske oplysninger om eventet:
  - a. Klik på byggeklodsen ud for "Konverteringsværdi" og klik på +
  - b. Klik på "Konfiguration af variabel" og vælg "Datalagsvariabel"
  - c. Indtast stien hen til den værdi du ønsker at trække data ind fra Dette kan en udvikler eller specialist hjælpe med!
  - d. Navngiv Variablen og klik "Gem"
- 3. Gentag ovenstående for "transaktions-id" og "valuta"
- 4. Sæt flueben i "Levér salgsdata på produktniveau" og vælg "Datalag"

\*Google Ads Tagget kan ikke automatisk trække data fra dataLayer.push scriptet ud over salgsdata på produktniveau. Så i dette tilfælde, skal vi oprette vores egne Datalagsvariabler.

#### Stierne for de enkelte Datalagsvariabler vil se således ud:

- ecommerce.value → Henter købsværdien
- ecommerce.transaction\_id → Henter Transaktions id for købet
- ecommerce.currency  $\rightarrow$  Henter valutaen

#### Færdig opsætning af Datalagsvariabler

ecommerce.value	ecommerce.transaction_id 🗀	
Konfiguration af variabel		ecommerce.currency
Variabeltype Datalagsvariabel	Konfiguration at variabel Variabeltype	Konfiguration af variabel
Navn på datalagsvariabel ③ ecommerce.value Datalagsversion	Datalagsvariabel  Navn på datalagsvariabel  ecommerce.transaction_id	Datalagsvariabel
Version 2	Datalagsversion Version 2	Navn på datalagsvariabel ③ ecommerce.currency Datalagsversion
		Datalagsversion Version 2

Når du har opsat alle Variabler i Tagget, mangler vi blot en Trigger, der KUN aktiveres ved Purchase eventet. **Følg med på næste side!** 

#### **Opret Purchase Trigger**

- 1. Klik på "Triggers" under tagget
- 2. Klik på + øverst til højre og klik på "Triggerkonfiguration"
- 3. Vælg "Tilpasset hændelse"
- 4. Skriv "Purchase" i "Hændelsesnavn"
- 5. Gentag processen for sporing ved samtykke
- 6. Navngiv Triggeren og klik "Gem"

Nu er Triggeren oprettet og valgt under dit Tag. - Navngiv Tagget og klik "Gem"!

### Purchase event til Google Ads

Tagkonfigura	tion			
Tagtype				
A Goo	<b>gle Ads-konve</b> gle Ads	rteringssporing		
📀 Containe	eren indeholder	et konverteringstilkny	rtningstag.	
Konverterings-id {{gAds id - 548	⑦ 963251}}			
Konverteringsetil IkfsMggHOCs1	∞et ⊘ uoYEISbe-fj			
Konverteringsvæ {{ecommerce.v	rdi alue}}			
Transaktions-id {{ecommerce.t	⑦ ransaction_id}}			
Valutakode {{ecommerce.c	urrency}	ariabler de	r sender ecc	ommerce data
<ul> <li>Levér salg</li> </ul>	sdata på produ	ktniveau 💿		
Datakild Datalag	e (?)			
Triggers				
Aktiverende trigg	ers			

#### Nu er opsætningen til Google Ads klar til publicering!

**Vigtigt!** Hvis du ikke er kyndig i Google Ads, vil jeg anbefale, at du får en specialist til at sikre, at alle events i Google Ads er inddelt i de rigtige kategorier og prioriteret korrekt ift. "Primær" og "Sekundær" konvertering.

- Dette skal sikres, inden opsætningen publiceres!

# **GOOGLE ADS TRACKING SETUP**

Sådan! Nu har du færdiggjort opsætningen af Google Ads tracking.

Du kan nu følge med i performance for Google Ads og få Google Ads algoritmen til at performe bedre baseret på event data.

### Google Ads setup

÷	🔷 Tag Manager	Alle konti > Google Tag Manager B benjaminspeedtsberg.dk - SS +	Q Søg i arbejdsom	råde	<b>::</b> @ : 👰
A	rbejdsområde Versioner	Administrator	GTM-T22834SG	Ændringer af arbejdsområde: 8	Forhåndsvisning
D	efault Workspace	Tags		gads	× Ø Ny
		Navn 个	Туре	Aktiverende triggers	Senest redigeret
-	Oversigt	gAds - Download PDF	Google Ads- konverteringssporing	Oownload PDF	4 måneder siden
	Tags	adde - Empil	Google Ade.	Email	5 månadar eidan
Q	Triggers	gros - cinali	konverteringssporing	Childh	o maneger argen
	Variabler	gAds - Konfiguration	Google-tag	All Pages	få sekunder siden
	Mapper	gAds - Kontaktformular	Google Ads- konverteringssporing	O Kontaktformular	5 måneder siden
C	Skabeloner	gAds - Konverteringslinker	Konverteringstilknytning	All Pages	5 måneder siden
		gAds - Opkald	Google Ads- konverteringssporing	Opkaid	5 måneder siden
		gAds - Purchase	Google Ads- konverteringssporing	O Purchase	5 måneder siden

## OPSÆTNING AF TAGS TIL META ADS

Meta er for de fleste virksomheder ikke til at komme udenom i marketingstrategien. Derfor har jeg valgt at tage denne platform med i bogen også. Meta dækker over bl.a. Facebook, Instagram, Messenger og Audience Network.

For hver gang vi rykker til en ny platform, så er der enkelte justeringer i forhold til dataen, vi sender via det enkelte Tag.

#### - Meta er ingen undtagelse!

Meta taler ikke helt samme sprog som Googles platforme. Derfor skal vi justere enkelte komponenter undervejs, og det kan blive en smule avanceret - så hold på hat og briller.

Først og fremmest kræver denne guide følgende:

- At du har en Meta Business Manager og en pixel oprettet og tilknyttet de rette aktiver.
- At du har kendskab til Metas interface, samt ved, hvordan du definerer events som "Brugerdefinerede konverteringer" og gør brug af disse i kampagneoptimering og rapportering.

#### - Jeg håber ikke, du er faldet ned af stolen endnu!

## FORBEREDELSE

#### Inden vi går ind i selve opsætningen af Meta Tags, skal vi forberede os:

- 1. Hent Meta Tag skabelonen i skabelongalleriet
- 2. Opsæt en opslagstabel for vores ecommerce events
- 3. Opsæt et ecommerce JavaScript til omskrivning af værdierne for ecommerce events, så Meta forstår dataen

Vigtigt! Hvis ikke du har en webshop, så er punkt 2 og 3 ikke nødvendige.

### Hent Meta Tag skabelonen i skabelongalleriet

- 1. Gå til "Skabeloner" i venstre menu i GTM
- 2. Klik på "Søg i galleriet" under "Tagskabeloner"
- 3. Søg efter "Facebook pixel" og vælg Skabelonen fra "facebookarchive"
- 4. Klik "Føj til arbejdsområde"
- 5. Klik "Tilføj"

Skabelonen er nu hentet og klar til brug!

### Opret Meta opslagstabel for vores ecommerce events

Meta bruger andre event navne end Google, så derfor skal vi omskrive vores events.

- 1. Klik på "variabler" i venstre menu
- 2. Klik "Ny" under "Brugerdefinerede variabler"
- 3. Klik på "Konfiguration af variabel" og vælg "Opslagstabel"
- 4. Vælg {{event}} under "Inputvariabel"
- 5. Tilføj 4 rækker
- Tilføj events i "input" og omskrevet event i "output" Se events på næste side
- 7. Navngiv Variablen og klik "Gem"

Input(originale events)	Output(Meta events)
view_item	ViewContent
add_to_cart	AddToCart
begin_checkout	InitiateCheckout
purchase	Purchase

#### Færdig opsætning

Konfiguration af variabel		
Variabeltype		
🤨 Opslagstabel		
Inputvariabel ⊘		
{{Event}} (i)		
Opslagstabel 🕥		
	Output	
Input		
view_item	ViewContent	
Input view_item add_to_cart	ViewContent AddToCart	

### Opsæt ecommerce JavaScript til omskrivning af værdier for ecommerce events

På samme måde som med events, så bruger Meta andre event værdier for ecommerce end Google gør, og derfor skal disse værdier også omskrives.

Der findes flere scripts bygget til formålet, og hvis du er bekendt med JavaScript, vil du formentlig kunne bygge dit eget.

Du finder det script, vi tager udgangspunkt i, på næste side!

#### JavaScript til omskrivning fra GA4 ecom data til Meta ecom data

```
function() {
try {
 var ecom = [[ecommerce]]; // Opret denne Datalagsvariabel (sti: "ecommerce")
  var event = {{Event};
  var action;
  var items:
  var value;
  var currency = ecom.currency || ecom.currencyCode;
  if (ecom) {
  if (ecom.detail) {action = 'detail';}
   else if (ecom.add) {action = 'add';}
   else if (ecom.checkout) {action = 'checkout':}
   else if (ecom.purchase) {action = 'purchase';}
   if (action) {
    items = ecom[action]['products'];
   } else {
    items = ecom['items'];
   }
   if (items && (action ||
['purchase','add_payment_info','begin_checkout','add_to_cart','view_cart','view_item','add_to_wishlist'].inde
xOf(event) > -1)) {
    value = ecom.value ? ecom.value : items.reduce(function(memo, item){return memo +
parseFloat(item.price*(item.quantity||1))}, 0);
    var contents = items.map(function(item) {
     return {
      id: item.item_id||item.id,
      quantity: item.quantity||1
     };
    });
    var ecomObjectProps = {
     content_type: 'product',
     contents: contents,
     value: value,
     currency: currency
    };
    // num_items
    if (['view_cart','begin_checkout','purchase'].indexOf(event) > -1 || ['checkout','purchase'].indexOf(action) >
-1) {
     ecomObjectProps.num_items = items.reduce(function(memo, item){return
memo+parseInt(item.quantity)}, 0)||1;
    };
    // Ekstra - Track Item name og kategori for add_to_cart og view_item
    if (['add_to_cart', 'view_item'].indexOf(event) > -1 || ['detail', 'add'].indexOf(action) > -1) {
     ecomObjectProps.content_name = items.map(function(item){return item.item_name||item.name}).join();
     ecomObjectProps.content_category = items.map(function(item){return
item.item_category||item.category.split('/')[0]]).join();
    };
    // Ekstra - END
   }
  }
} catch (err) {}
return ecomObjectProps;
```

}

## Opret ny tilpasset JavaScript variabel

- 1. Gå til "Variabler"
- 2. Opret ny Variabel
- 3. Klik på "Konfiguration af variabel" og vælg "Tilpasset JavaScript"
- 4. Indsæt ovenstående JavaScript
- 5. Navngiv Variablen og klik "Gem"

#### Færdig opsætning

5A4 (	
Konfi	guration af variabel
Variabe	Itype
C	Tilpasset JavaScript
Tilpass	et JavaScript 🕥
1 f	unction() {
2	try (
3	<pre>var ecom = {{ecommerce}}: // Opret denne Datalagsvariabel (sti: "ecommerce")</pre>
4	( contraction of the second se
	<pre>var event = {{Event}};</pre>
5	<pre>var event = {{Event}; var action;</pre>
5	<pre>var event = {{Event}; var action; var items;</pre>
5 6 7	<pre>var event = {{Event}}; var action; var items; var value;</pre>
5 6 7 8	<pre>var event = {{Event}}; var action; var items; var value; var currency = ecom.currency    ecom.currencyCode;</pre>
5 6 7 8 9	<pre>var event = {{Event}}; var action; var items; var value; var currency = ecom.currency    ecom.currencyCode;</pre>
5 6 7 8 9 10	<pre>var event = {{Event}}; var action; var items; var value; var currency = ecom.currency    ecom.currencyCode; if (ecom) {</pre>
5 6 7 8 9 10 11	<pre>var event = {{Event}}; var action; var items; var value; var currency = ecom.currency    ecom.currencyCode; if (ecom) { if (ecom.detail) {action = 'detail';} close if (secom.edd) {action = 'detail';}</pre>
5 6 7 8 9 10 11 12	<pre>var event = {{Event}}; var action; var items; var value; var currency = ecom.currency    ecom.currencyCode; if (ecom) { if (ecom.detail) {action = 'detail';} else if (ecom.detail) {action = 'add';} else if (ecom.detail) {action = 'add';}</pre>
5 6 7 8 9 10 11 12 13 14	<pre>var event = {{Event}}; var action; var items; var value; var currency = ecom.currency    ecom.currencyCode; if (ecom) { if (ecom.detail) {action = 'detail';} else if (ecom.checkout) {action = 'add';} else if (ecom.checkout) {action = 'checkout';} else if (ecom.purchese) {action = 'checkout';}</pre>
5 6 7 8 9 10 11 12 13 14	<pre>var event = {{Event}}; var action; var items; var value; var currency = ecom.currency    ecom.currencyCode; if (ecom) { if (ecom.detail) {action = 'detail';} else if (ecom.add) {action = 'add';} else if (ecom.checkout) {action = 'checkout';} else if (ecom.purchase) {action = 'purchase';}</pre>
5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16	<pre>var event = {{Event}}; var action; var items; var value; var currency = ecom.currency    ecom.currencyCode; if (ecom) { if (ecom.detail) {action = 'detail';} else if (ecom.add) {action = 'add';} else if (ecom.checkout) {action = 'checkout';} else if (ecom.purchase) {action = 'purchase';} if (action) {</pre>
5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17	<pre>var event = {{Event}}; var action; var items; var value; var currency = ecom.currency    ecom.currencyCode; if (ecom) { if (ecom.detail) {action = 'detail';} else if (ecom.ddd) {action = 'add';} else if (ecom.checkout) {action = 'checkout';} else if (ecom.checkout) {action = 'checkout';} else if (ecom.purchase) {action = 'purchase';} if (action) { items = ecom[action]['products'];</pre>

#### Vigtig! Variablen

{{ecommerce}} i scriptet skal også oprettes under Variabler!

- 1. Gå ind under Variabler
- 2. Klik "Ny" og vælg "Datalagsvariabel"
- 3. Indtast "ecommerce"
- 4. Navngiv og klik "Gem"



#### Det var forberedelsen, og herfra bliver det knap så teknisk!

# TAGS TIL META ADS

## Opret Meta Konfigurationstag og sporing af trafik

- 1. Klik på "Tags"
- 2. Opret nyt Tag
- Klik på "Tag Konfiguration" og vælg din nye Tag skabelon "Facebook Pixel"
- 4. Indtast dit Pixel ID (631886XXXXXXXX)\*

Nu er Tagget på plads og vi mangler blot Triggeren.

- 1. Vælg "All Pages" Triggeren.
- 2. Navngiv dit Tag og klik "Gem"

\*Husk, du kan oprette dit Pixel ID som en konstant.

#### Se færdig opsætning på næste side!

## Meta Konfigurationstag

lagkonfiguration	
Tantyne	
Facebook Pixel	
facebookarchive	GALLERI
ov Tagtilladelser	4 tilladelser 💙
Facebook Pixel ID(s)	
{{Meta Pixel - 631886555553032	
Enhanced Ecommerce dataLayer Integration ③	
Event Name	
Standard	
PageView -	
Custom	
Variable	
True	
Enable Advanced Matching	
> Data Processing Options	
> Object Properties	
> Object Properties	
<ul> <li>&gt; Object Properties</li> <li>&gt; More Settings</li> </ul>	
<ul> <li>&gt; Object Properties</li> <li>&gt; More Settings</li> <li>&gt; Avancerede indstillinger</li> </ul>	
<ul> <li>&gt; Object Properties</li> <li>&gt; More Settings</li> <li>&gt; Avancerede indstillinger</li> </ul>	
<ul> <li>&gt; Object Properties</li> <li>&gt; More Settings</li> <li>&gt; Avancerede indstillinger</li> </ul> Triggers	
<ul> <li>&gt; Object Properties</li> <li>&gt; More Settings</li> <li>&gt; Avancerede indstillinger</li> <li>Triggers</li> <li>Aktiverende triggers</li> </ul>	

### **Opkald event til Meta**

- 1. Opret nyt Tag
- 2. Vælg "Facebook Pixel" Tagget
- 3. Vælg dit Pixel ID
- 4. Vælg "Custom" under "Event Name"
- 5. Indsæt dit event → "Email"
- 1. Vælg "Opkald" Triggeren.
- 2. Navngiv dit Tag og klik "Gem"

#### Færdig opsætning

Tagkanf	inuration			
lagkonti	Iguration			
Fagtype				
Ð	Facebook Pixel facebookarchive		GALLERI	
0-7	Tagtilladelser		4 tilladels	ser >
acebook F (Meta Piz	Pixel ID(s) xel - 631886555553032}}			
Event Nam	e			
Dustom Opkald				
Consent Gr F <b>rue</b>	ranted (GDPR) 🕥			
Consent Gr Frue Data Proc Data Proc processin	ranted (GDPR) ⑦ cessing Options cessing Options force this Faceborg and selling of user data. Read	ook event to comply to regiona this for more information abo	al regulations with rega ut how to configure this	rd to the s section.
Consent Gr True Data Proc Data Proc Drocessin Object Pro	ranted (GDPR) ⑦ cessing Options cessing Options force this Faceborg and selling of user data. Read operties	ook event to comply to regiona this for more information abo	al regulations with rega ut how to configure this	rd to the s section.
Consent Gr Frue Data Proc Data Proc Dota Proc Dobject Pro Coad Prope False	ranted (GDPR) ⑦ cessing Options cessing Options force this Facebo ng and selling of user data. Read operties erties From Variable ⑦	ook event to comply to region this for more information abo	al regulations with rega ut how to configure thi	ard to the s section.
Consent Gr Frue Data Proc Data Proc Dorocessin Dbject Pro- coad Prope False Friggers	ranted (GDPR) ⑦ cessing Options cessing Options force this Facebo ag and selling of user data. Read operties erties From Variable ⑦	ook event to comply to regiona this for more information abo	al regulations with rega ut how to configure this	ard to the s section.
Consent Gr Frue Data Proc Data Proc Dorocessin Dbject Pro- coad Prope False Friggers Aktiverend	ranted (GDPR) ⑦ cessing Options cessing Options force this Facebo ag and selling of user data. Read operties erties From Variable ⑦	ook event to comply to region this for more information abo	al regulations with rega ut how to configure this	ard to the s section.

## Email event til Meta

Tagkonfiguration	
Tagtype	
Facebook Pixel facebookarchive	GALLERI
🕶 Tagtilladelser	4 tilladelser 💙
Facebook Pixel ID(s)	
{{Meta Pixel - 631886555553032}}	
Event Name	
Custom	
Email	
Consent Granted (GDPR)	
True	
Data Processing Options	
Data Processing Options force this Facebo	ok event to comply to regional regulations with regard to the
processing and selling of user data. Read t	his for more information about how to configure this section.
Object Properties	
Load Properties From Variable	
False	
Trianau	
inggers	

## Download PDF event til Meta

	iguration	
Tagtype		
Ģ	Facebook Pixel facebookarchive	GALLERI
0.4	Tagtilladelser	4 tilladelser 🔰 🗲
Facebook { <b>{Meta P</b> i	Pixel ID(s) ixel - 631886555553032}}	
Event Nan Custom		
Irue	cossing Options	
Data Pro Data Pro processii	cessing Options cessing Options force this Facebook event to con ng and selling of user data. Read this for more inf	nply to regional regulations with regard to the formation about how to configure this section.
Object Pr	roperties	
Load Prop	erties From Variable	
False		
False Triggers	3	

## Kontaktformular event til Meta

Tagkonfi	guration	
Tagtype		
Ø	Facebook Pixel facebookarchive	GALLERI
0-7	Tagtilladelser	4 tilladelser 💙
Facebook I {{Meta Pi	Pixel ID(s) <b>cel - 631886555553032}}</b>	
Event Nam	9	
Custom		
Kontaktfo	rmular	
Consent Gi <b>True</b>	anted (GDPR) 🕥	
Data Proc	essing Options	
Data Proc processin	essing Options force this Facebook event to co g and selling of user data. Read this for more i	omply to regional regulations with regard to the information about how to configure this section.
Object Pr	operties	
Load Prope False	rties From Variable ⊘	
Triggers		
Aktiverend	e triggers	

#### Ecommerce events til Meta

Endelig! Nu er vi kommet til opsætningen, hvor vi skal bruge de komponenter, vi forberedte i starten af kapitlet. Og selvom forberedelsen er teknisk tung, så har vi gjort opsætningen af ecommerce events til Meta meget mere effektiv.

#### Opret ecommerce Tag til Meta Ads

- 1. Vælg "Facebook Pixel" Tagget
- 2. Vælg dit Pixel ID
- 3. Vælg "Custom" under "Event Name"
- Klik på Byggeklodsen og vælg din "GA4 ecom events → Meta ecom events" variabel
- 5. Klik på "Data Processing Options"
- 6. Vælg din "GA4 ecom data → Meta ecom data" under "Load Properties From Variable"

Nu er Tagget oprettet og vi mangler kun en Trigger.

Eftersom vi omskriver alle GA4 ecommerce events, kan vi gøre brug af vores ecommerce Trigger, vi oprettede tidligere.

- 1. Vælg "Ecommerce" Triggeren.
- 2. Navngiv dit Tag og klik "Gem"

Nu er opsætningen færdig og klar til at blive publiceret.

#### Se den færdige opsætning på næste side!

#### Ecommerce events til Meta

Tagtupa			
ragtype			
0	Facebook Pixel facebookarchive		GALLERI
07	Tagtilladelser		4 tilladelser 💙
Facebook P {{Meta Pix	ixel ID(s) el - 631886555553032}}		
Event Name Custom {{GA4 ecor	m events → Meta ecom even	ts}}	
Consent Gra <b>True</b>	anted (GDPR)		
Data Proce Data Proce processing	essing Options essing Options force this Fac g and selling of user data. Re	ebook event to comply to r ad <mark>this</mark> for more informatio	egional regulations with regard to the n about how to configure this section
Object Pro	perties		
Load Proper {{GA4 ecor	ties From Variable ⑦ m data → Meta ecom data}}	(i)	
Triggers			

**Vigtig info!** Sørg for altid at teste setuppet igennem inden og efter publicering. Det kan sagtens være, du skal justere nogle enkelte komponenter til, og der kræver det, at du løbende følger med i performance for den specifikke platform, du arbejder med.

# **META TRACKING SETUP**

Sådan! Nu har du færdiggjort opsætningen af Meta tracking.

Du kan nu følge med i performance for Meta og få algoritmen til at performe bedre baseret på event data.

## Meta tracking setup

÷	🔷 Tag Manager	Alle konti > Google Tag Manager B benjaminspeedtsberg.(	dk - SS <del>-</del>	Q Søg i arbejdsom	H @ E 👰
Ar	bejdsområde Versioner	Administrator	(	GTM-T22834SG Forhåndsvisni	ing Indsend
AK De	tuelt arbejdsområde	Tags	me	eta ×	Ø Ny
		□ Navn 个	Туре	Aktiverende triggers	Senest redige
	Oversigt	Meta - Download PDF	Facebook Pix	el 🕖 Download PDF	4 måneder siden
e	) Triggers	Meta - Ecommerce	Facebook Pix	Kel O Ecommerce	5 måneder siden
-	Variabler	Meta - Email	Facebook Pix	xel 🥜 Email	5 måneder siden
	Mapper Skabeloner	Meta - Konfiguration	Facebook Pix	el 💿 All Pages	få sekunder siden
		Meta - Kontaktformular	Facebook Pi	Kel 📀 Kontaktformular	5 måneder siden
		Meta - Opkald	Facebook Pi	kel 🥜 Opkald	5 måneder siden

## **HELE TRACKING SETUPPET**

Herunder ser du hele tracking setuppet for GA4, Google Ads og Meta:

← 🔇 Tag Manager	Alle konti > Google Tag Manager B benjaminspeedtsberg.dk ·	- SS 👻 🔍 Søg i arbejdsområde	<b>:: @</b> : 😭
Arbejdsområde Versioner	Administrator GTM-T2	22834SG Ændringer af arbejdsområde: 9 Fo	orhåndsvisning Indsend
AKTUELT ARBEJDSOMRÅDE	Tags		Q   Ø Ny
	□ Navn ↑	Type Aktiverende triggers	Senest redigeret
Oversigt	GA4 - Download PDF	Google Analytics: GA4- 🥑 Download PDF hændelse	3 måneder siden
Tags	GA4 - Ecommerce	Google Analytics: GA4- 🧿 Ecommerce	5 måneder siden
Variabler	GA4 - Email	Google Analytics: GA4- 🥑 Email	5 måneder siden
Mapper	GA4 - Konfiguration	Google-tag 🧿 All Pages	20 minutter siden
	GA4 - Kontaktformular	Google Analytics: GA4- 🧿 Kontaktformular hændelse	4 måneder siden
	GA4 - Opkald	Google Analytics: GA4- 🥑 Opkald hændelse	5 måneder siden
	gAds - Download PDF	Google Ads- konverteringssporing	4 måneder siden
	gAds - Email	Google Ads- konverteringssporing	5 måneder siden
	gAds - Konfiguration	Google-tag 🧿 All Pages	7 minutter siden
	gAds - Kontaktformular	Google Ads- konverteringssporing	5 måneder siden
	gAds - Konverteringslinker	Konverteringstilknytni 🧿 All Pages	5 måneder siden
	gAds - Opkald	Google Ads- konverteringssporing	5 måneder siden
	gAds - Purchase	Google Ads- konverteringssporing	5 måneder siden
	Meta - Download PDF	Facebook Pixel 🥑 Download PDF	4 måneder siden
	Meta - Ecommerce	Facebook Pixel O Ecommerce	5 måneder siden
	Meta - Email	Facebook Pixel 🥜 Email	5 måneder siden
	Meta - Konfiguration	Facebook Pixel 🧿 All Pages	få sekunder siden
	Meta - Kontaktformular	Facebook Pixel 📀 Kontaktformular	5 måneder siden
	Meta - Opkald	Facebook Pixel 🥜 Opkald	5 måneder siden

# KAP . 5 COOKIES OG CONSENT

# **OPSÆTNING AF COOKIE POP UP**

Hvis du endnu ikke har en cookie pop-up på din hjemmeside, så vil jeg på det kraftigste anbefale, du får en opsat. Og til lige præcis det, vil jeg anbefale Cookiebot. Vi opsætter cookie pop-up'en og samtykkeregler med udgangspunkt i Cookiebot's løsning.

## Opsætning af cookie pop up(Cookiebot)

Vi benytter Cookiebot's egen Tag skabelon, så derfor skal vi hente denne under "Skabeloner"

- 1. Gå under "Skabeloner"
- 2. Klik på "Søg i galleriet" ved Tagskabeloner
- 3. Søg efter "Cookiebot" og vælg "Cookiebot CMP"
- 4. Klik "Føj til arbejdsområde"
- 5. Klik "Tilføj"

Nu er Tagskabelonen tilføjet og klar til brug!

- 1. Klik på "Tags" og klik "Ny"
- 2. Klik på "Tagkonfiguration" og vælg "Cookebot CMP"
- 3. Indtast "Cookiebot ID"
- 4. Klik på "Add region" og klik "Tilføj"
- 5. Vælg den indbyggede Trigger "Consent Initialization All Pages"
- 6. Navngiv Tagget og klik "Gem"

### Færdig opsætning

Tagkonfiguration						
Tagtype						
Cookiebot CMP					GALLERI	] /
🕶 Tagtilladelser					4 tilladels	er 🖒
Cookiebot ID 🕐						
308e5429-3c95-420c-793f-013a1						
Language 🕥						
Default (auto-detect) -						
Add Geo Region(s) ③						
🖌 Enable Google Consent Mode 🕥						
Enable IAB Transparency and Consent	Framework ③					
Consent Mode Settings						
Wait for update @						
2000	miliseconds					
Redact ads data ()						
Dynamic (match au_storage) *						
Enable URL passthrough ③						
Default Consent State ①						
Pening (Jasua Preferences	Statistics	Marketing	Marketing	Marketing	Handl	ing
blank to (functionality_storage and	(analytics_storage)	(ad_storage)	(ad_user_data)	(ad_personalization)	1141141	
apply personalization_storage) globally)						
Denied	Denied	Denied	Denied	Denied	Rediger	Slet
Add region						
> Avancerede indstillinger						
Triggers						

Når dine tilføjelser er offentliggjort, vil Cookiebot's Cookie pop-up være aktiv på dit website!

## OPSÆTNING AF SAMTYKKEREGLER

At have en cookie pop-up på dit website er **IKKE** nok til at dine brugere kan fravælge cookies. Den funktion og det valg sætter du op efterfølgende.

## Opsætning af GTM samtykkeregler

Først skal Samtykkeoversigten aktiveres i GTM

- 1. Gå under "Administrator"
- 2. Klik på "Containerindstillinger"
- 3. Sæt flueben under Yderligere instillinger ved "Aktivér samtykkeoversigt"
- 4. Klik "Gem"

Nu er GTM klar til at opsætte samtykkeregler for hvert Tag.

Arbeidsområde		
	Containerindstillinger	
KONTO	Containernavn	
God	benjaminspeedtsberg.dk - SS	
	Mälplatform	
Ð	Web     Til brug på websider på computere og mobilenheder	
	Standradarbejdsområdenavn	
	Default Workspace	
	Yderligere indstillinger	
	Aktivér samtykkeoversigt (BETA) 💿	

#### Du kan se et nyt samtykke-ikon under Tags!

🔷 Tag Manager	Alle konti > Google Tag Manager B benjaminspeedtsberg.	dk - SS + Q	Søg i arbejo	lsområde	: 0 : 👰
Arbejdsområde Versioner	Administrator	GTI	M-T22834SG	Forhåndsvisni	ng Indsend
AKTUELT ARBEJDSOMRÅDE	Tags			Q	Ø Ny
	□ Navn ↑	Туре	Aktiverende trig	)gers	Senest redigeret
Oversigt	Cookiebot - Konfiguration	Cookiebot CMP	Onsent In Pages	nitialization - All	8 minutter siden
- iays	GA4 - Download PDF	Google Analytics:	🙆 Download	PDF	3 måneder

Nu skal alle Tags opsættes med de korrekte samtykkeregler! Vi starter med Google Analytics 4.

### Samtykkeregler for GA4

- 1. Klik på "Samtykke ikonet"
- 2. Sæt flueben ved alle GA4 Tags
- 3. Klik på Samtykke ikonet med tandhjulet
- 4. Vælg "Der er ikke behov for yderligere samtykke" og klik "Gem"

Der er ikke konfigureret noget samtykke       5 er valgt       ga4       X       Co         ■ Tagnavn ↑       Type       Indbygget samtykke       Yderligere samtykke       Senest red         Image: Senest red       Google Analytics: GA4       ad_storage ad_storage       3 månede siden         Image: Senest red       Google Analytics: GA4       ad_storage ad_storage       3 månede siden         Image: Senest red       Google Analytics: GA4       ad_storage ad_storage       3 månede siden         Image: Senest red       Google Analytics: GA4       ad_storage ad_storage       5 månede siden         Image: Senest red       Google Analytics: GA4       ad_storage analytics_storage       4 månede siden         Image: Senest red       Google Analytics: GA4       ad_storage analytics_storage       5 månede siden								$\frown$
■       Tagnavn ↑       Type       Indbygget samtykke       Yderligere samtykke       Senest red samtykke         ✓       GA4 - Download PDF       Google Analytics: GA4 hændelse hændelse       ad_storage aluser_data analytics_storage       3 månede siden aluser_data analytics_storage       3 månede siden aluser_data analytics_storage         ✓       GA4 - Ecommerce       Google Analytics: GA4 hændelse hændelse       ad_storage aluser_data analytics_storage       5 månede siden analytics_storage         ✓       GA4 - Email       Google Analytics: GA4 hændelse hændelse       ad_storage aluser_data analytics_storage       5 månede siden analytics_storage         ✓       GA4 - Email       Google Analytics: GA4 hændelse hændelse hændelse       ad_storage aluser_data analytics_storage       5 månede siden analytics_storage         ✓       GA4 - Kontaktformular       Google Analytics: GA4 hændelse hændelse analytics_storage       ad_storage aluser_data analytics_storage       5 månede siden analytics_storage         ✓       GA4 - Kontaktformular       Google Analytics: GA4 hændelse analytics_storage       ad_storage aluser_data analytics_storage       5 månede siden analytics_storage         ✓       GA4 - Opkald       Google Analytics: GA4 analytics: GA4 hændelse analytics_storage       ad_storage aluser_data analytics_storage       5 månede siden analytics_storage	Der	er ikke konfigureret et samtykke	5 er valgt	g	a4		×	G :
GA4 - Download PDF       Google Analytics: GA4 hændelse       ad_storage       3 månede siden         Analytics: GA4 hændelse       ad_user_data analytics.storage       3 månede siden         GA4 - Ecommerce       Google Analytics: GA4 hændelse       ad_storage       3 månede siden         GA4 - Email       Google Analytics: GA4 hændelse       ad_storage       5 månede siden         GA4 - Email       Google Analytics: GA4 hændelse       ad_storage       5 månede siden         GA4 - Email       Google Analytics: GA4 hændelse       ad_storage       5 månede siden         GA4 - Kontaktformular       Google Analytics: GA4 hændelse       ad_storage       4 månede siden         GA4 - Opkald       Google Analytics: GA4 hændelse       ad_storage       5 månede siden		Tagnavn ↑		Туре		Indbygget samtykke	Yderligere samtykke	Senest redi.
Analytics: GA4       ad_personalization       siden         hændelse       ad_user_data       ad_user_data         analytics: storage       ad_storage       5 månede         SA4 - Ecommerce       Google       ad_storage       ad_user_data         Analytics: GA4       hændelse       ad_personalization       siden         ad_user_data       ad_user_data       ad_user_data       siden         analytics: Storage       ad_storage       5 månede       siden         V       GA4 - Email       Google       ad_storage       5 månede         hændelse       ad_storage       ad_storage       5 månede         V       GA4 - Kontaktformular       Google       ad_storage       4 månede         V       GA4 - Kontaktformular       Google       ad_storage       4 månede         V       GA4 - Opkald       Google       ad_storage       4 månede         V       GA4 - Opkald       Google       ad_storage       5 månede	~	GA4 - Download PDF		Google		ad_storage		3 måneder
GA4 - Ecommerce       Google       ad_storage       S månede         Analytics: GA4       ad_storage       siden       siden         Maendelse       ad_storage       siden       siden         ad_user_data       analytics_storage       siden       siden         Maendelse       ad_storage       siden       siden         ad_user_data       analytics_storage       siden       siden         Maendelse       ad_storage       S månede       siden         Analytics: GA4       Analytics: GA4       ad_personalization       siden         ad_user_data       analytics_storage       S månede       siden         Maendelse       ad_storage       S månede       siden         ad_user_data       analytics_storage       S månede       siden         Maendelse       ad_storage       4 månede       siden         Maendelse       ad_storage       4 månede       siden         Maendelse       ad_storage       4 månede       siden         Maendelse       ad_atsrage       3 malytics_storage       4 månede         Maendelse       analytics_storage       siden       siden         Maendelse       ad_atsrage       3 malytics_storage       siden </td <td></td> <td></td> <td></td> <td>Analytics</td> <td>: GA4-</td> <td>ad_personalizatio</td> <td>n</td> <td>siden</td>				Analytics	: GA4-	ad_personalizatio	n	siden
GA4 - Ecommerce       Google       ad_storage       5 månede siden         Analytics: GA4       Analytics: GA4       ad_user_data       ad_user_data         analytics: GA4       Google       ad_storage       5 månede         GA4 - Email       Google       ad_storage       5 månede         GA4 - Email       Google       ad_storage       5 månede         Analytics: GA4       hændelse       ad_user_data       aduser_data         analytics.storage       Google       ad_storage       5 månede         SA4 - Kontaktformular       Google       ad_storage       4 månede         hændelse       ad_user_data       aduser_data       aduser_data         analytics.storage       siden       aduser_data       aduser_data         analytics.storage       Google       ad_storage       5 månede         V       GA4 - Opkald       Google       ad_storage       5 månede				nænderse		ad_user_data		
GA4 - Ecommerce       Google       ad_storage       5 månede         Analytics: GA4       ad_user_data       ad_user_data       ad_user_data         analytics: GA4       ad_storage       5 månede       siden         Image: Solution of the storage       ad_storage       5 månede       siden         Image: Solution of the storage       ad_storage       5 månede       siden       siden         Image: Solution of the storage       ad_storage       ad_storage       5 månede       siden       siden </td <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>analytics_storage</td> <td></td> <td></td>						analytics_storage		
Analytics: GA4       ad_personalization       siden         hændelse       ad_user_data       analytics.storage         Image: SA4 - Email       Google       ad_storage       5 månede         Analytics: GA4       ad_storage       5 månede         Analytics: GA4       ad_user_data       siden         Analytics: GA4       ad_storage       5 månede         Analytics: GA4       ad_user_data       ad_user_data         analytics_storage       ad_user_data       analytics_storage         Image: SA4 - Kontaktformular       Google       ad_storage       4 månede         Analytics: GA4       ad_user_data       ad_user_data         analytics_storage       ad_user_data       siden         Image: Sate analytics_storage       ad_user_data       analytics_storage         Image: Sate analytics_storage       Image: Sate analytics_storage       Image: Sate analytics_storage         Imalytics_storage       ad_user_data <td><math>\checkmark</math></td> <td>GA4 - Ecommerce</td> <td></td> <td>Google</td> <td></td> <td>ad_storage</td> <td></td> <td>5 måneder</td>	$\checkmark$	GA4 - Ecommerce		Google		ad_storage		5 måneder
GA4 - Email     Google     ad_user_data       Analytics: GA4     Analytics: GA4     ad_personalization       hændelse     ad_user_data     siden       analytics: Storage     ad_user_data     siden       V     GA4 - Kontaktformular     Google     ad_storage     4 månede       Analytics: GA4     ad_user_data     analytics.storage     4 månede       V     GA4 - Kontaktformular     Google     ad_storage     4 månede       Siden     ad_user_data     analytics.storage     4 månede       V     GA4 - Opkald     Google     ad_storage     5 månede       V     GA4 - Opkald     Google     ad_storage     5 månede				Analytics	: GA4-	ad_personalizatio	m	siden
GA4 - Email       Google       ad_storage       5 månede siden         Analytics: GA4       Analytics: GA4       ad_user_data       siden         analytics: storage       ad_storage       4 månedelse         SA4 - Kontaktformular       Google       ad_storage       4 månedelse         hændelse       ad_storage       4 månedelse       siden         analytics: storage       ad_storage       4 månedelse       siden         SA4 - Kontaktformular       Google       ad_storage       4 månedelse         analytics: storage       ad_user_data       analytics_storage       5 månedelse         SA4 - Opkald       Google       ad_storage       5 månedelse         Analytics: GA4 - Opkald       Google       ad_storage       5 månedelse				menuerse		ad_user_data		
GA4 - Email       Google       ad_storage       5 månede         Analytics: GA4       ad_personalization       siden         hændelse       ad_user_data       analytics_storage         GA4 - Kontaktformular       Google       ad_storage       4 månede         Kontaktformular       Google       ad_storage       4 månede         Mændelse       ad_user_data       ad_user_data       siden         analytics: GA4       ad_personalization       siden       siden         Mændelse       ad_user_data       ad_user_data       siden       siden         Mændelse       ad_user_data       analytics_storage       siden       siden         GA4 - Opkald       Google       ad_storage       5 månede         Google       ad_storage       5 månede       siden						analytics_storage		
Analytics: GA4 - ad_personalization siden hændelse ad_user_data analytics_storage GA4 - Kontaktformular Google Analytics: GA4 - ad_personalization ad_user_data Analytics: GA4 - ad_personalization ad_user_data	$\checkmark$	GA4 - Email		Google		ad_storage		5 måneder
GA4 - Kontaktformular     Google     ad_user_data       Mændelse     ad_storage     4 månede       Analytics: GA4-     ad_user_data     siden       ad_user_data     ad_user_data     ad_user_data       ad_user_data     ad_user_data     siden       ad_user_data     ad_user_data     ad_user_data       ad_user_data     ad_user_data     siden       ad_user_data     ad_user_data     ad_user_data       analytics_storage     S månede     siden       Analytics: GA4-     ad_storage     S månede       siden     siden     siden				Analytics	: GA4-	ad_personalizatio	m	siden
GA4 - Kontaktformular       Google       ad_storage       4 månede siden         Analytics: GA4 - Analytics: GA4 - Analytics: GA4 - Opkald       Google       ad_user_data       analytics_storage         Google       ad_storage       5 månede siden       siden       siden         Analytics: GA4 - Opkald       Google       ad_storage       5 månede siden				maentuerse	2	ad_user_data		
GA4 - Kontaktformular       Google       ad_storage       4 månede         Analytics: GA4       ad_personalization       siden         hændelse       ad_user_data       analytics_storage         GA4 - Opkald       Google       ad_storage       5 månede         Analytics: GA4-       ad_storage       5 månede						analytics_storage		
Analytics: GA4- hændelse     ad_personalization     siden       ad_user_data     analytics_storage       ✓     GA4 - Opkald     Google     ad_storage     5 månede       Analytics: GA4- Analytics: GA4- ad_personalization     siden	$\checkmark$	GA4 - Kontaktformular		Google		ad_storage		4 måneder
GA4 - Opkald Google ad_storage 5 månede Analytics: GA4- ad_personalization siden				Analytics	: GA4-	ad_personalizatio	n	siden
GA4 - Opkald Google ad_storage 5 månede Analytics: GA4- ad_personalization siden				menuerse	,	ad_user_data		
GA4 - Opkald Google ad_storage 5 månede Analytics: GA4 - ad_personalization siden						analytics_storage		
Analytics: GA4- ad_personalization siden	$\checkmark$	GA4 - Opkald		Google		ad_storage		5 måneder
hennelalaa				Analytics	: GA4-	ad_personalizatio	n	siden
						analytics_storage		

Sam	tykke konfigureret				Q
	Tagnavn ↑	Туре	Indbygget samtykke	Yderligere samtykke	Senest redi.
	GA4 - Download PDF	Google	ad_storage	Ingen	få
		Analytics: GA4-	ad_personalization		sekunder
		hændelse	ad_user_data		siden
			analytics_storage		
	GA4 - Ecommerce	Google	ad_storage	Ingen	få
		Analytics: GA4-	ad_personalization		sekunder
		hændelse	ad_user_data		siden
			analytics_storage		
	GA4 - Email	Google	ad_storage	Ingen	få
		Analytics: GA4-	ad_personalization		sekunder
		hændelse	ad_user_data		siden
			analytics_storage		
	GA4 - Konfiguration	Google-tag	ad_storage	Ingen	en time
			ad_personalization		siden
			ad_user_data		
			analytics_storage		
	GA4 - Kontaktformular	Google	ad_storage	Ingen	få
		Analytics: GA4-	ad_personalization		sekunder
		hændelse	ad_user_data		siden
			analytics_storage		
	GA4 - Opkald	Google	ad_storage	Ingen	få
		Analytics: GA4-	ad_personalization		sekunder
		hændelse	ad_user_data		siden

Du har nu sikret, at GA4 ikke sporer uden brugerens samtykke!

**Vigtigt!** Vi vælger "*Der er ikke behov for yderligere samtykke*" da Googles platforme/Tags har indbyggede samtykker. Som billedet ovenfor viser, er der fire forskellige samtykkeregler indbygget i vores GA4 Tags.

Ser du **IKKE** disse indbyggede samtykkeregler for bestemte Tags (Meta), så skal du vælge *"Aktivering af Tagget forudsætter yderligere samtykke"*. - Dette kommer vi til!
#### Samtykkeregler for Google Ads

- 1. Gå under Samtykkeoversigten
- 2. Sæt flueben ved alle gAds Tags
- 3. Klik på Samtykke ikonet med tandhjulet
- 4. Vælg "Der er ikke behov for yderligere samtykke" og klik "Gem"

Alle Google Ads Tags har også indbyggede samtykkeregler!

#### Færdig opsætning

Samtykke konfigureret		gAds	×
☐ Tagnavn ↑	Type Ind sai	dbygget Yderligere mtykke samtykke	Senest redi
gAds - Download PDF	Google Ads- konverterings a	d_storage Ingen d_personalization d_user_data	få sekunder siden
gAds - Email	Google Ads- konverterings a	d_storage Ingen d_personalization d_user_data	få sekunder siden
<b>gAds</b> - Konfiguration	Google-tag a a a a	d_storage Ingen d_personalization d_user_data nalytics_storage	få sekunder siden
gAds - Kontaktformular	Google Ads- konverterings a	d_storage Ingen d_personalization d_user_data	få sekunder siden
gAds - Konverteringslinker	Konvertering a	d_storage Ingen d_personalization d_user_data	få sekunder siden
gAds - Opkald	Google Ads- konverterings a	d_storage Ingen d_personalization d_user_data	få sekunder siden
gAds - Purchase	Google Ads- konverterings a a	d_storage Ingen d_personalization d_user_data	få sekunder siden

#### Samtykkeregler for Meta Ads

- 1. Gå under Samtykkeoversigten
- 2. Sæt flueben ved alle Meta Tags
- 3. Klik på Samtykke ikonet med tandhjulet
- 4. Vælg "Aktivering af Tagget forudsætter yderligere samtykke" og klik "Gem"

Alle Meta Ads Tags har ikke indbyggede samtykkeregler og derfor skal de aktiveres ved forudsætning for at ad\_storage er "Granted"

××	Rediger samtykke for 6 tags (BETA) (j) Gem
l	Indstillinger for samtykke Vderligere samtykkekontroller Ikke angivet Der er ikke behov for yderligere samtykke ③ Aktivering af tagget forudsætter yderligere samtykke ③ I.eks. ad_storage
Ľ	analytics_storage functionality_storage personalization_storage security_storage

#### Færdig opsætning

Samtykke konfigureret		meta		×
☐ Tagnavn ↑	Туре	Indbygget samtykke	Yderligere samtykke	Senest redi
Meta - Download PDF	Facebook Pix	el	ad_storage	få sekunder siden
Meta - Ecommerce	Facebook Pix	el	ad_storage	få sekunder siden
Meta - Email	Facebook Pix	el	ad_storage	få sekunder siden
Meta - Konfiguration	Facebook Pix	el	ad_storage	få sekunder siden
Meta - Kontaktformular	Facebook Pix	el	ad_storage	få sekunder siden
Meta - Opkald	Facebook Pix	el	ad_storage	få sekunder siden

### GOOGLE CONSENT V2 - BASIC OG ADVANCED

#### Der findes to implementeringsmetoder for Google Consent V2

Google Consent Mode tilbyder to niveauer af implementering – Basic og Advanced.

**Basic Consent Mode** sætter et fuldstændigt stop for Tags. Derfor indsamles ingen oplysninger til analyse- eller annonceringsformål, før brugeren giver sit samtykke. Dette niveau sikrer, at dataindsamling kun sker, når brugerne tillader det.

Advanced Consent Mode løfter sløret for en mere intelligent tilgang. Advanced tillader indsamling og deling af visse oplysninger om brugerne, før de træffer et samtykkevalg, alt imens den undlader at anvende cookies til at opbevare personoplysninger. Dette giver en mere nuanceret tilgang til dataindsamling uden at gå på kompromis med brugernes privatliv.



Når du har opsat samtykkereglerne for GA4 og Google Ads Tags under samtykkeoversigten, så har du implementeret Google Consent V2 Advanced.

Nu vil GA4 altid være aktiv på din side, både før og efter samtykke. Det enkelte Tag sørger for **IKKE** at overføre data til den enkelte platform, hvis ikke der er samtykke fra brugeren, men i stedet sendes et signal til Googles to platforme omkring trafikken.

#### Der findes følgende Consent Signaler:

G100	Ingen samtykke er blevet givet
G110	Google Ads har samtykke, Google Analytics har ikke.
G101	Google Analytics har samtykke, Google Ads har ikke.
GIII	Både Google Ads og Google Analytics har samtykke.

Disse signaler kommer vi tilbage til i kapitel 6, om Server-Side Tracking

# OPSUMMERING PÅ KAPITEL 3, 4 OG 5

Nu skulle du gerne have opnået en dybdegående forståelse for, hvordan Google Tag Manager virker og hvordan du opsætter tracking til tre af de største platforme, virksomheder ofte arbejder med i deres digitale marketing setup.

Der findes naturligvis tracking opsætninger til mange andre platforme som bl.a. Snapchat, TikTok, LinkedIn og Pinterest, men har du forståelse for de 3 platforme, vi har været igennem, så vil det også være lige til for dig, at opsætte tracking til andre platforme.

Det vigtigste er at kende til er grundprincipperne for, hvordan Google Tag Manager fungerer, og hvordan du kan bruge værktøjet til at samle hele dit tracking setup ét sted, og sende det til hvilken som helst platform, du arbejder med. Du har også fået et kendskab til de nyeste samtykkeregler og hvordan du opsætter disse til de enkelte Tags.

Google Tag Manager er et værktøj, som konstant udvikler sig, både i forhold til funktioner, men især i forhold til, hvor mange, der benytter sig af det.

Det betyder også, at de fleste marketing platforme – nye som gamle – udvikler en løsning, hvor muligheden for at modtage data fra GTM, vil være der. Det gør det simpelt for dig i den forstand, at du kun skal tænke på at sende data fra dit website over til ét værktøj – nemlig Google Tag Manager.

Og når vi nu er inde på udviklingspotentialet, så synes jeg, at vi skal gå videre til "The next generation of tracking" nemlig **Server-Side Tracking!** 

# KAP.6 Server-Side Tracking

Server-side tracking - også forkortet SST - er den nyeste disciplin inden for tracking. Metoden er udviklet for at forbedre måden, vi tracker events på websites og webshops, og for at sikre et bedre datagrundlag samt en bedre tilskrivning til dine marketing platforme.

#### Der er flere grunde til, hvorfor Server-Side Tracking er en fordel:

- Apples IOS opdateringer skaber store udfordringer for traditionel tracking, da opdateringerne blokerer de almindelige tredjepartscookies. De benytter sig af *Intelligent Tracking Prevention(ITP).*
- Der er samtidig en stigende interesse fra browsernes side i forhold til at fjerne cookies på websites – også kaldet Enhanced Tracking Protection(ETP).
- Cookies skaber en ringere load-time performance, da det er tungt for hjemmesider at loade almindelige cookiescripts. SST sker uden for siden, og forbedrer dermed loadtime.



### TRADITIONEL TRACKING DISCIPLIN - FORKLARING

Traditionel Tracking - også kaldet *Client-Side Tracking (CST)* - fungerer på den måde, at der sættes en 3. partscookie, der kan sende data - via browseren - videre til den enkelte marketing platform. Det er den metode, du lige har været igennem.

# 3. partscookie bliver ofte identificeret af ITP og ETP, hvorefter de bliver fjernet.

Når dette sker, kan vi ikke spore brugernes adfærd i form af de events, som vi har opsat. Derudover vil den enkelte marketing platform have svært ved at identificere, om den samme bruger kommer igen og udfører en konverteringshandling.

Det betyder et mindre datagrundlag og upræcis tilskrivning af værdien for den enkelte marketing kanal, og dermed et uklart billede af, hvad der virker i din digitale marketing strategi.



### SERVER-SIDE TRACKING DISCIPLIN - FORKLARING

Server-Side Tracking (SST) er en nyere tracking metode til at spore brugernes adfærd mere sikkert og effektivt.

Når vi bruger SST, har vi mulighed for at sende data til vores egen server, og vi kan sende dataen – via vores egen cookie – uden at blive blokeret. Først herefter sender vi dataen til marketing platformene. Det sikrer, at vi opretholder vores datagrundlag samt den rette tilskrivning for den enkelte marketing platform.



Client-Side Tracking er ikke ude af billedet og virker fortsat, men med begrænsninger. Derfor vil jeg ikke anbefale at køre 100% SST, men sørge for at have både Client-Side og Server-Side Tracking kørende samtidig for de platforme, hvor det er muligt.

I dette kapitel lærer du, hvordan du opsætter Server-Side Tracking sammen med Client-Side Tracking. Altsammen via Google Tag Manager!

### FOREBEREDELSE TIL SERVER-SIDE TRACKING

Inden du går igang med selve opsætningen i GTM, skal du opsætte en server og koble den sammen med Server GTM(sGTM). - Jeg anbefaler, du bruger stape.io.

Stape er en virksomhed, som har dedikeret sig 100% til at drive servere til Server-Side tracking, og det giver rigtig mange fordelagtige funktioner, som vi kommer nærmere ind på senere.

Derudover er prisen på Stape meget lav og starter ved €20 pr. måned. De tilbyder også en gratis server med op til 10.000 requests pr. måned.

Du kan også oprette din egen server via egen host, hvor prisen formentlig kan komme under, men vælger du en cloud server hos Google, starter prisen fra ca. 800 kr. pr. måned.

#### Oprettelse af Stape konto.

- 1. Gå ind på stape.io
- 2. Indsæt email og klik "Try for free"

Herefter får du en e-mail med en guide til, hvad du skal gøre. Stape

ASENTO er Stape Agency Partner, og kan hjælpe dig i gang på få minutter!

Når du har oprettet en konto hos Stape, skal vi efterfølgende oprette en server container. Men inden vi gør det, skal vi først oprette en Server GTM (sGTM) i Google Tag Manager.

#### **Oprettelse af sGTM**

- 1. Gå til Google Tag Manager
- 2. Klik på Administrator
- 3. Klik på +, øverst til højre under "Container"
- 4. Indtast navn: "SS domænenavn.dk""
- 5. Klik "Opret"

Contai	inerindstillinger	
Containerr	navn	
SS - ber	njaminspeedtsberg.dk	
Mälplatfor	m	
۲	Web Til brug på websider på computere og mobilenheder	
85	iOS Til brug i iOS-apps	
٥	Android Til brug i Android-apps	
0	AMP Til brug på Accelerated Mobile Pages	
0	Server	

Når sGTM containeren er oprettet, får du en pop up frem, hvor du skal vælge "Provisioner manuelt din taggingserver" som nedenfor:



Kopier koden og hop tilbage til Stape!

#### **Oprettelse af Server i Stape**

- 1. Klik på sGTM containers i menuen
- 2. Klik "Create Containter"
- 3. Navngiv Container med dit domænenavn
- 4. Indsæt koden fra sGTM containeren
- 5. Vælg server lokation som er tættest på dig
- 6. Klik "Create Container"
- 7. Start med en gratis server og slå "Upgrade container to the next tier automatically" fra.

A	benjaminspeedtsberg.dk	🖋 Running		✓ Upgrade container ····
Ð	Free EU Amsterdam Monthly plan Server location	51.158.227.185 Custom domain IP	Nov 23, 2023 Valid till	
	0 of 10.000 requests sent		0% used	
Cottinge	Renews in 31 days			
Settings P	wer-Ups Subscription Logs			
	ettings			Edit
Container S				
Container S	benjaminspeedtsberg.dk			

#### **Oprettelse af Custom Cookie**

- 1. Scroll ned til "Domains"
- 2. Klik "Add domain"
- 3. Indtast dit eget cookiedomæne "ss.domaene.dk"
- 4. Klik "Add domain"

Nu skal du oprette cookie domænet som en DNS i din hostingløsning. Fremgangsmåden er meget forskellig fra host til host, så spørg eventuelt dem, som står for din hosting. Der kan gå lidt, før DNS opsætningen slår igennem. Det sker oftest inden for 10 minutter, men der kan i nogle tilfælde gå op til 24 timer. - Hold derfor løbende øje i Stape!

nttps://ss.ber	njaminspeedtsberg.	dk			
	Verifying Error	A record is incor	rrect. 📿	Edit	
TYPE	https://ss.ben	jaminspeedtsberg	g.dk		
А		Ready			
	TYPE	https://ss.b	oenjaminspeedtsberg.dk		Edi
	A	1			
		ТҮРЕ	HOST	VALU	E
		А	ss benjaminspeedtsberg dk	51.158	227.185

Nu er din Stape server klar! Next step er at koble den sammen med sGTM containeren.

#### Kobling mellem Stape og sGTM

- 1. Kopier dit cookie domæne fra Stape (https://ss.domaene.dk)
- 2. Hop til sGTM containeren og gå til "Administrator"
- 3. Klik på "Containerinstillinger" og "Tilføj webadresse"
- 4. Indsæt dit cookie domæne og klik "Gem"

Nu er din server koblet op med Google Tag Manager!

liger container	Gem	
Containerindstillinger		
Containemavn		
SS - benjaminspeedtsberg.dk		
Målplatform		
Server For server-side instrumentation and measurement		
Tagging Server Version		
Current tagging server version: Ukendt		
Latest tagging server version: 2.1.0		
https://ss.benjaminspeedtsberg.dk		
U		
Tilføj webadresse		
Taggingserver		
Konfigurer din taggingserver		

# Opsætning og implementering af nye GTM scripts til website/webshop

Sidste step i forberedelsen er at få opsat de nye GTM scripts og få dem implementeret på websitet. Disse to scripts skal erstatte de gamle GTM scripts, som vi tidligere indsatte.

#### Vi benytter nu en af de Power-Ups som Stape tilbyder!

- 1. Gå ind på stape.io
- 2. Vælg din Server under "sGTM Containers" i menuen
- 3. Klik på "Power-Ups" i tab menuen
- 4. Vælg "Custom Loader"
- 5. Kopier dit GTM ID og indsæt i feltet "Web GTM ID". **Vigtigt!** Du skal IKKE vælge GTM ID for sGTM containeren, men ID'et fra din Web GTM container i Google Tag Manager
- 6. Vælg "Other" under Platform og klik "Generate Web GTM code"

Nu får du to nye scripts, som skal erstatte de gamle scripts på dit website.

Domain *	ss.benjaminspeedtsberg.dk $\lor$	Add the following code onto every page of your website. If you have previously added a web GTM code, please replace it with the code provided below.
Web GTM ID •	GTM-T22834SG	Make sure to insert this code as close to the top of the <head> section of each page as possible.</head> Learn more
Platform *	Other	<pre><!-- Google Tag Manager--> <script>(function(w,d,s,l,i)(w[l]=w[l])[];w[l].push(('gtm.start':new Date().getTime().event:'gtm.js'));var f=d.getElementsByTagName(s) [0],j=d.createElement(s),dl=!!='dataLayer'?'&l='+!:';j.async=true;j.src='https:/ /ss.benjaminspeedtsperg.dk(ttwjmti,js? idd='+i=dl;f.parentNode_insertBefore(j,f);)) (window,document,'script','dataLayer','GTM-T22834SG');</script> <!-- End Google Tag Manager--></pre>
		Copy code
		Additionally, paste this code immediately after the opening <body> tag:</body>
		Google Tag Manager (noscript) <noscript><iframe height="0" src="https://ss.benjaminspeedtsberg.dk/ns.html?id=GTM-&lt;br&gt;T22834SG" style="display:none;visibility:hidden" width="0"> </iframe></noscript> End Google Tag Manager (noscript)
		Copy code

Forskellen på de nye scripts og de gamle scripts er selve cookiedomænet. I det gamle blev tagmanager.google.com brugt, men nu har vi vores eget cookiedomæne, som ligger i scriptet i stedet.

#### Illustration af scripts i <head> og <body>

Indsæt de nye scripts og fjern de gamle som vist på billedet



#### Nu er hele setuppet klar til, at vi kan begynde at sende data fra Web GTM til sGTM og videre til vores analyse- og marketing platforme.

Før vi begynder på opsætningen, skal vi se på selve sGTM containerens opbygning. Her er nemlig andre funktioner, end hvad du ser i Web GTM containeren.

# SERVER GTM CONTAINER -OPBYGNING

sGTM har en lidt anden opbygning end Web GTM. For at du er klædt på til at kunne opsætte SST, skal du kende til de nyere funktioner og hvad de bruges til.

Udover mange af de samme funktioner fra Web GTM, så er der følgende nyere funktioner:

#### Klienter

Klienter er de, som modtager data fra Web GTM. Formålet med disse er alene at modtage dataen, vi sender fra Web GTM. Hvis ikke vi har en aktiv klient, kan vi ikke modtage data.

#### **Event data**

Event data er alt den information, der sendes med et event. Eksempelvis produktnavn under eventet "add\_to\_cart".

Event data ligger under Variabler.

#### Transformationer

Transformationer giver dig mulighed for at ændre, hvilke data, der skal være adgang til via Tags inden udførelse.

Det vil sige, at vi kan ekskludere specifik data modtaget af Klienten, som vi ikke ønsker sendes videre til den enkelte platform.

## SERVER-SIDE TRACKING -GOOGLE ANALYTICS 4

Vi starter med SST til GA4, og implementeringen er meget simpel, eftersom vi allerede har styr på forberedelsen og har en opsætning i Web GTM containeren.

**OBS:** Vi benytter alene GA4 Klienten til at modtage data fra Web containeren. Denne bliver automatisk oprettet ved oprettelse af sGTM container.

shoide any ide Martin -	Administrator		For the standard sector	
rbejdsområde versioner	Administrator	GTM-WNFVW75M	Forhandsvisning	Indsend
efault Workspace	Klienter @			Ny
	Navn	Туре	Prioritet 🗇 个	Senest redigeret
Oversigt	GA4	Google Analytics: GA4	0	en dag siden
Klienter				
Transformationer				
Tags				
Triggers				
Variabler				
Mannar				
Mapper				

#### Opsæt SST til GA4

- 1. Gå til sGTM containeren
- 2. Klik på "Tags" og opret nyt Tag
- 3. Vælg Tagget "Google Analytics: GA4"
- 4. Indtast dit GA4 Measurement ID
- 5. Sæt flueben i "Aktivér Google Signals" Dette hjælper bl.a. Google til at forstå, hvilke marketing kanaler trafikken kommer fra

Nu er Tagget oprettet og vi mangler blot Triggeren

- 1. Klik på "Triggers" under dit nye Tag
- 2. Klik på + og tryk på "Triggerkonfiguration"
- 3. Vælg "Tilpasset" triggertype
- 4. Sæt til aktiveres ved "Nogle hændelser" og vælg den indbyggede variabel der hedder "Client Name"
- 5. Sæt denne til "Lig med" "GA4" da dette er klientens navn
- 6. Navngiv triggeren og klik "Gem"

#### Færdig Trigger opsætning

Iriggerkonfigurati	on					
Triggertype						
O Tilpasset						-
Alle hændelser	o N âr en hænd	ogle nændelser	le disse beting	elser er opfyldt		
Client Name	*	er lig med	•	GA4	-	+

#### Færdig opsætning

Tagkonfiguration			
lugkonngulution			
Tagtype			
Google A Google Ma	analytics: GA4 arketing Platform		
Målings-id 🕜			
G-ES7Q18FMTE			
✓ Aktivér Google-	signaler. ⑦		
Hændelsesnaramet	re.		
Oten deude surgestan de			
Alle	r skal indkluderes		
Brugeregenskaber			
Standardegenskaber, d	er skal inkluderes		
Alle			
Triggers			
Aktiverende triggers			
GA4			
Of Tilpasset			
Transformationer			
nansionnauoner			

Nu er opsætningen klar til at sende data fra server til GA4. Nu skal vi blot sende data fra Web GTM, via vores custom cookie og så publicere vores setup.

#### Send data fra Web GTM til sGTM

- 1. Gå til Web GTM containeren og gå under "Tags"
- 2. Find GA4 konfigurationstagget og klik ind på selve Tagget
- 3. Tilføj et konfigurationsparameter kaldet "server\_container\_url"
- 4. Indsæt dit custom cookie domæner:
  - Eks. https://ss.benjaminspeedtsberg.dk
- 5. Klik "Gem"

#### Færdig opsætning

Tagkonfiguration			
Tagtype			
Google-tag			
G Google			
Tag-id ⑦ {{GA4 ID - G-ES7Q18FMTE}}			
Konfigurationsindstillinger			
Configurationsparameter		Værdi	
send_page_view	$\checkmark$	true	
server_container_url	$\checkmark$	https://ss.benjaminspeedtsberg.dk	/
ndstillinger for samtykke <sup>(BETA</sup>	) (2)		
ndbyggede samtykkekontroller ⑦			
ad_storage ad_personalization	ad_user_data	analytics_storage	
/derligere samtykkekontroller Der er ikke behov for yderligere	samtykke		
Triggers			

#### Nu sender vi GA4 data (trafik og events) til vores egen Server via vores eget cookie domæne, og vi sender GA4 data fra vores server over til GA4.

**Info!** Husk, at vi stadig kun sender data videre, hvis vi har fået samtykke af brugeren, selvom det først sendes til serveren.

# **GOOGLE ANALYTICS 4 SST SETUP**

**Sådan!** Du har nu opsat Server-Side Tracking til GA4. Opsætningen i sGTM ser ud som nedenfor.

÷	🔷 Tag Manager	Alle konti > Google Tag Manager B SS - benjaminspeedtsberg	.dk ≁ ्	Søg i arbejdsområde	0 : 👰
A	Arbejdsområde Versioner	Administrator		GTM-WNFVW75M Forhåndsvisnir	ng Indsend
A	ktuelt arbejdsområde	Tags		ga4	× Ny
		□ Navn ↑	Туре	Aktiverende triggers	Senest redigeret
í	Oversigt	GA4 - Data	Google Analytics: G	GA4 🙆 GA4	en måned siden
Ξ	→ Klienter				
•	Z, Transformationer				
	Tags				
Ģ	Triggers				
	Variabler				
	Mapper				
C	Skabeloner				

# SERVER-SIDE TRACKING -GOOGLE ADS

SST til Google Ads er også forholdsvis simpel at implementere og bygger på mange af de samme principper, som da vi opsatte under Web GTM.

**OBS:** Hvis vi skal køre SST til Google Ads, skal vi huske at pause/slette setuppet under Web GTM, da Google Ads ikke understøtter at køre begge på én gang.

Vi skal først oprette enkelte værdier ud fra den data, GA4 sender til vores server. Dette hedder eventdata/hændelsesdata. Derudover skal vi oprette én Trigger for hvert event, som GA4 sender. Det kræver altså små tilføjelser, inden vi kan sætte alle Tags op.

Når vi sender data til en server, før vi sender til en marketing platform, får vi mulighed for at sende persondata med vores events. I Google Ads kaldes dette for Enhanced Conversions.

Begrebet har flere navne alt efter, hvilken platform, vi arbejder med, men princippet er det samme.

#### Læs mere om dette på næste side!

#### **Enhanced Conversion parameter**

Enhanced Conversions hjælper Google Ads med at forstå din målgruppe bedre, og på den måde, vil algoritmen kunne levere en mere målrettet annonceringsstrategi.

Det er blandt andet muligt at sende persondata som **email** og **telefon nummer**, men disse oplysninger er oftest kun muligt at sende med, ved Purchase eller ved andre events, hvor brugerne skal udfylde deres oplysningerne.

**Vigtigt!** Hvis denne data skal sendes til Google Ads eller andre platforme, så SKAL oplysningerne hashkrypteres inden. Det sikrer, at ingen kan finde eller se de rigtige oplysninger, da de er gemt bag en lang kode som ikke kan rulles tilbage.

Sidstnævnte vil jeg anbefale, at du vender med den GDPR ansvarlige i virksomheden, da det kræver samtykke at hente disse oplysninger.

#### Ikke medtaget i bogen!

Jeg har valgt ikke at medtage denne del i bogen, da det kræver en større opbygning bag websitet eller webshoppen, samt en grundlæggende forståelse for, hvad og hvordan du kan sende data til de enkelte platforme. Derudover skal du forholde dig til, hvordan du oplyser om, at du foretager denne form for sporing i dit marketing setup.

Du kan læse mere om Enhanced Conversions herunder: https://support.google.com/google-ads/answer/9888656

# FORBEREDELSE TIL GOOGLE ADS

#### Opsætning af ordreværdi (value) og valuta (currency)

Ovenstående eventdata skal hentes ind via den indbyggede Variabel "Hændelsesdata". Fremgangsmåden bygger meget på samme princip, som da vi hentede data ind fra et dataLayer.push script.

- 1. Gå til Variabler, klik "Ny"
- 2. Vælg "Hændelsesdata" som variabel type
- 3. Indsæt "value" under "Nøglesti"
- 4. Navngiv variablen og klik. "Gem"

#### Færdig opsætning for value

value 🗖	
Konfiguration af variabel	Konfiguration af variabel
Variabeltype	Variabeltype
😳 Hændelsesdata	😟 Hændelsesdata
Nøglesti ③	Nøglesti ⑦
value	currency

**Til info!** Ovenstående værdier er blot dem, vi bruger til Google Ads, men der kan være mere at hente under event data. Derfor vil jeg anbefale, at du prøver at forhåndsvise hele dit setup (både Web GTM og sGTM skal forhåndvises) for at se, hvad der evt. kunne ligge af interessant data, som du kan bruge til andet, end hvad opsætningen til Google Ads kræver.

#### Færdig opsætning for currency

# TRIGGERS TIL GOOGLE ADS SST

Ved Google Ads skal vi oprette flere Tags - altså ét Tag pr. event. Det betyder også, at vi ikke kan nøjes med én Trigger som ved GA4. Vi skal i stedet oprette en Trigger for hvert event, GA4 sender fra Web GTM og vi skal samtidig sikre, at vi kun sender data videre til Google Ads, ved samtykke.

#### Det gælder for følgende til Google Ads:

- Opkald
- Email
- Download PDF
- Kontaktformular
- Purchase

#### Variabel for Consent signaler

GA4 sender på forhånd en Variabel med over til sGTM som giver mulighed for at opsætte alle Triggers til kun at affyre, når samtykke er givet.

#### Variablen hedder "x-ga-gcs" og opsættes på følgende måde:

- 1. Gå til Variabler, klik "Ny"
- 2. Vælg "Hændelsesdata" som variabel type
- 3. Indsæt "x-ga-gcs" under "Nøglesti"
- 4. Navngiv variablen og klik. "Gem"

Konfigurat	tion af variabel		
Variabeltype			
0	Hændelsesdata		

Når ovenstående Variabel er på plads, kan vi opsætte vores Triggers

- Gå til Triggers, klik "Ny"
- Vælg "Tilpasset hændelse" som Trigger type
- Indsæt Event navn du har opsat i GA4 tags i Web GTM.
   Eks. Opkald
- Sæt til "Nogle tilpassede hændelser" vælg din Variabel for samtykke "x-ga-gcs"
- Vælg "Starter med" og indtast "G11"
- Navngiv Triggeren og klik. "Gem"

#### Færdige Trigger opsætninger for Google Ads

Triggerkonfiguration	Email 🗀	Gem
Triggertype		
O Tilpasset hændelse	Triggerkonfiguration	
Hændelsesnavn Opkald	Tilpasset hændelse	
Denne trigger aktiveres ved: x-ga-gcs starter med G11	Hændelsesnavn Email	
	Denne trigger aktiveres ved: x-ga-gcs starter med G11	
Download PDF	Gem	
Triggerkonfiguration Triggertype	Kontaktformular 🗀	Gem
O Tilpasset hændelse	Triggerkonfiguration	
Hændelsesnavn Download PDF	Triggertype Tilpasset hændelse	
Denne trigger aktiveres ved: x-ga-gcs starter med G11	Hændelsesnavn Kontaktformular	
	Denne trigger aktiveres ved: x-ga-gcs starter med G11	
urchase 🗀	Gem	
Triggerkonfiguration		
Triggertype		
Tilpasset hændelse		
Hændelsesnavn purchase		
Denne trigger aktiveres ved:		

# TAGS TIL GOOGLE ADS SST

Nu mangler vi kun at oprette de enkelte Tags for hvert event og tilføje de rigtige værdier.

Nedenfor ses de færdige opsætninger. Du skal blot følge billedernes instrukser, og du kan kopiere Konverterings-ID og Konverteringsetiketterne fra din Web GTM opsætning.

#### **Opkald SST event til Google Ads**

Ads - Opkald 🗖	Gem
Tagkonfiguration	
Tagtype	
Soogle Ads Konverteringssporing Google Ads	
📀 Containeren indeholder et konverteringstilknytningstag.	
Konverterings-id 🕖	
{{Google Ads id - 548963251}}	
Konverteringsetiket ⑦	
Konverteringsetiket ⑦ fsMysfCK1usdYEISb-J4JK Etikette kopieret fra opkald eventet i Web GTM	
Konverteringsetiket ⑦ fsMysfCK1usdYEISb-J4JK Etikette kopieret fra opkald eventet i Web GTM	
Konverteringsetiket ⑦ fsMysfCK1usdYEISb-J4JK Etikette kopieret fra opkald eventet i Web GTM Triggers	
Konverteringsetiket ⑦ fsMysfCK1usdYEISb-J4JK Etikette kopieret fra opkald eventet i Web GTM Triggers Aktiverende triggers	
Konverteringsetiket ⑦ fsMysfCK1usdYEISb-J4JK Etikette kopieret fra opkald eventet i Web GTM Triggers Aktiverende triggers	
Konverteringsetiket fsMysfCK1usdYEISb-J4JK Etikette kopieret fra opkald eventet i Web GTM Triggers Aktiverende triggers Opkald Tilpasset hændelse	
Konverteringsetiket (?) fsMysfCK1usdYEISb-J4JK Etikette kopieret fra opkald eventet i Web GTM Triggers Aktiverende triggers Opkald Tilpasset hændelse	
Konverteringsetiket (?)   fsMysfCK1usdYEISb-J4JK   Etikette kopieret fra opkald eventet i Web GTM    Triggers Aktiverende triggers   Opkald   Tilpasset hændelse	
Konverteringsetiket (*)   fsMysfCK1usdYEISb-J4JK   Etikette kopieret fra opkald eventet i Web GTM  Triggers Aktiverende triggers Opkald Tilpasset hændelse Transformationer	
Konverteringsetiket ⑦   fsMysfCK1usdYEISb-J4JK   Etikette kopieret fra opkald eventet i Web GTM Triggers Aktiverende triggers Opkald Tilpasset hændelse Transformationer Dette tag har ingen tilknyttede transformationer.	

#### Email SST event til Google Ads

Tagkonfi	guration		
Tagtype			
•	Google Ads Konverteringss Google Ads	poring	
🕑 Cor	taineren indeholder et konve	erteringstilknytningstag.	
Konverterir	gs-id 🕥		
{{gAds - 5	48963251}}		
Konverterir	asetiket 🕐		
dsMyHOC	K1uoYEISb-J4D		
Triggers			
Aktiverend	triggers		
•	<b>Email</b> Tilpasset hændelse		
Transfor	nationer		

### Download PDF SST event til Google Ads

гадкопп	guration			
Tagtype				
•	Google Ads Konverte Google Ads	ringssporing		
🕑 Con	taineren indeholder et	konverteringstilk	nytningstag.	
Konverterin	gs-id 🕥			
{{gAds - 5	48963251}}			
Konverterin dsMvJFH	gsetiket ⑦ CK1uobdDISb-J3d			
,				
Triggers				
Aktiverende	triggers			
0	Download PDF Tilpasset hændelse			
_				



#### Kontaktformular SST event til Google Ads

	ntiguration	
Tagtype		
٨	Google Ads Konverteringssporing Google Ads	
🕑 c	Containeren indeholder et konverteringstilknytningstag.	
Konverte	erings-id 🕜	
{{gAds ·	- 548963251}}	
Konverte	eringsetiket ⊘	
dsMyJF	FHCK1uoYEISb-J4S	
Trigger	rs	
Aktiverer	nde triggers	
	Kontaktformular Tilpasset hændelse	
0		



#### Purchase SST event til Google Ads

Tagkonfi	guration			
Tagtype				
•	Google Ads Konvert Google Ads	teringssporing		
🕑 Con	taineren indeholder e	et konverteringsti	lknytningstag.	
Konverterin { <b>(gAds - 5</b>	gs-id ⑦ 48963251}}			
Konverterin IkfsMggH	gsetiket ⑦ OCs1uoYEISbe-fj			
Konverterin {{value}}	gsværdi 🕜			
Valutakode {{currency	© }}			
✓ Levé	r salgsdata på produkt	tniveau 💿		
Da Ha	takilde ⑦ endelsesdata			
Triggers				
Aktiverende	e triggers			
0	<b>purchase</b> Tilpasset hændelse			

# **GOOGLE ADS SST SETUP**

**Sådan!** Du er nu færdig med opsætning af tracking fra sGTM til Google Ads.

Du har nu opsat følgende i sGTM containeren:

← (	🔷 Tag Manager	Alle konti > Google Tag Manager B SS - benjaminspeedtsberg	J.dk ≁ Q sø	g i arbejdsområde	0 : 👰
Arbe	jdsområde Versioner	Administrator	GT	M-WNFVW75M Forhåndsvisnin	g Indsend
AKTU Defa	ELT ARBEJDSOMRÅDE	Tags		gads	× Ny
		□ Navn ↑	Туре	Aktiverende triggers	Senest redigeret
-	Oversigt	gAds - Download PDF	Google Ads Konverteringssporing	O Download PDF	en dag siden
°,	Transformationer	gAds - Email	Google Ads Konverteringssporing	📀 Email	få sekunder siden
-	Tags	gAds - Kontaktformular	Google Ads Konverteringssporing	O Kontaktformular	en dag siden
۲	Triggers	gAds - Konverteringslinker	Konverteringstilknytni.	. 🧿 All Pages	en dag siden
	Variabler Mapper	gAds - Opkald	Google Ads Konverteringssporing	Opkald	en dag siden
D	Skabeloner	gAds - Purchase	Google Ads Konverteringssporing	O purchase	en dag siden

Husk! Skal denne opsætning træde i kraft, skal du indsende og publicere containeren.

- Og sørg for at slette gAds opsætningen i Web GTM contatineren.

# SERVER-SIDE TRACKING -META ADS

Når vi skal opsætte SST til Meta, kræver opsætningen også lidt justeringer i forhold til GA4.

- Vi skal oprette Meta Conversion API i Business Manageren
- Vi skal oprette alle events for sig, og sikre den rette eventdata til det enkelte event, bl.a. browser\_id
- Meta anbefaler, at du sender data via både Client- og Server-Side

Meta Conversion API (også kaldet API Acces Token) gør det muligt at sende data fra sGTM til Meta.

\*Opret en API Acces Token under Hændelsesadministratoren i Meta Business Manager. <u>Følg guiden her</u>

Vi skal også sikre, at hvis/når det samme event bliver sendt gennem både Client- og Server-side, så laver Meta automatisk en deduplikering, så vi undgår dobbelttracking.

**Deduplikering** sørger for, at hvis det samme event registreres 2 gange, så tæller det fortsat kun som ét event.

For at Meta og andre marketing platforme, hvor det anbefales at køre med både Client- og Server-Side, kan spotte disse events som værende det samme, så skal vi oprette et "event\_id".

#### Mere om dette senere!

#### **Advanced Matching parameter**

Dette begreb betyder det samme som Enhanced Conversions i Google Ads. Meta har dog flere data punkter som kan modtages. Udover persondata som email og telefon nummer, så kan vi sende informationer som "browser\_id".

**Browser\_id** giver Meta en indikator for, om en bruger er ny eller tilbagevendende og den information kan være vigtig for algoritmen at lære.

#### Dele er ikke medtaget i bogen!

Jeg har også undladt persondata som email og telefon nummer i dette tilfælde. Det kræver den samme store opbygning bag websitet eller webshoppen som ved Google Ads, og der er flere ting man skal forholde sig til for at kunne sende denne form for data.

Jeg har valgt at tage browser\_id med, da denne data allerede eksisterer i det nuværende setup. Vi skal blot tilføje en ekstra variabel i Web GTM.

Du kan læse mere om Advanced Matching og hvilke parametre, Meta kan modtage herunder:

https://developers.facebook.com/docs/marketing-api/conversionsapi/parameters

# **FORBEREDELSE TIL META SST**

I følgende eksempel viser jeg, hvordan du opretter event\_id og browser\_id, samt hvordan du sender disse oplysninger videre til Meta.

Derudover går vi hele Meta setuppet igennem, så vi har et tracking setup, som både sender data via Client-Side og Server-Side!

#### Opret event\_id - Web GTM

- 1. Gå under "Skabeloner" og klik "Søg i galleriet" under "Variabelskabeloner"
- 2. Søg efter "Unique Event ID" og vælg variablen fra Stape.io
- 3. Klik "Føj til arbejdsområde" og klik "Tilføj"

Nu har vi en skabelon klar, som vi kan bruge til at oprette vores variabel event\_id

- 1. Klik ind på "Variabler" og opret ny
- 2. Klik på "Konfiguration af variabel" og vælg din nye variabelskabelon fra Stape.io
- 3. Navngiv Variablen og klik "Gem"

#### Færdig opsætning

Konfiguration af variabel	
/ariabeltype	
😟 Unique Event ID	GALLERI
0= Variabeltilladeleer	3 tilladelser

#### Opret browser\_id - Web GTM

- 1. Klik ind på "Variabler" og opret ny
- 2. Klik på "Konfiguration af variabel" og vælg "Førstepartscookie"
- 3. Indtast følgende værdi "\_fbp"
- 4. Navngiv Variablen "browser\_id og klik "Gem"

#### Færdig opsætning

Konfiguration af variabe	1		
Variabeltype			
🔅 Førstepartscook	kie		
•			

#### Nu er dine Variabler oprettet og vi kan gå videre til implementeringen!

#### Tilføj event\_id til Meta tags - Web GTM

- 1. Klik ind på det enkelte Meta Tag og tilføj event\_id variablen under "More settings"
- 2. Klik "Gem"

#### Se eksempel på færdig opsætning på næste side!
### Eksempel på færdig opsætning

ragkom	iguration	
Tagtype		
G	Facebook Pixel facebookarchive	GALLERI
07	Tagtilladelser	4 tilladelser 💙
Facebook { <b>(Meta Pi</b>	Pixel ID(s) ixel - 631886555553032}}	
Event Nam Standard	ne -	
Consent G <b>True</b>	ranted (GDPR) 🕥	
Data Prod Data Prod processir	cessing Options cessing Options force this Facebook event to com ng and selling of user data. Read this for more info	uply to regional regulations with regard to the ormation about how to configure this section.
Data Prod Data Prod processin Object Pr Load Prop False	cessing Options cessing Options force this Facebook event to com ng and selling of user data. Read this for more info roperties erties From Variable ⑦	uply to regional regulations with regard to the ormation about how to configure this section.
Data Proc processin Object Pr Load Prop False More Set Event ID ( {{event_ic	cessing Options cessing Options force this Facebook event to com ng and selling of user data. Read this for more info roperties erties From Variable ⑦ tings ⑦ d}}	uply to regional regulations with regard to the ormation about how to configure this section.
Data Prod processin Object Pr Load Prop False More Set Event ID ( {{event_ic Triggers	cessing Options cessing Options force this Facebook event to com ng and selling of user data. Read this for more info roperties erties From Variable ⑦ tings ⑦ tings	uply to regional regulations with regard to the ormation about how to configure this section.

**Vigtigt!** Sørg for at implementere denne Variabel under ALLE Meta Tags i Web GTM.

# Tilføj event\_id og browser\_id til GA4 tags - Web GTM

Årsagen til, at vi også skal implementere event\_id og browser\_id i alle GA4 Tags, skyldes, at GA4 er vores data-sender til serveren. Så for at vi kan bruge den data på server niveau, så skal det sendes gennem GA4 Tagsene.

Årsagen til, at browser\_id kun skal implementeres i vores GA4 Tags og ikke i Meta Tags, skyldes, at Meta har disse oplysninger på Client niveau.

- 1. Klik ind på det enkelte GA4 Tag og tilføj event\_id variablen under "Hændelsesparametre"
- 2. Tilføj efterfølgende "browser\_id"
- 3. Klik "Gem"

#### Eksempel på færdig opsætning

Der blev fundet et Google-tag i denne container
Værdi
{{event_id}}
{{browser_id}}

**Vigtigt!** Sørg også for at implementere de to Variabler under ALLE GA4 Tags i Web GTM.

# Opret eventdata Variabler for event\_id og browser\_id sGTM

Når vi har tilføjet Variablerne under vores GA4 Tags i Web GTM, kan vi oprette de Variabler i sGTM, så vi kan sende dataen videre til Meta herfra.

- 1. Gå under "Variabler" og klik "Ny"
- 2. Vælg variablen der hedder "Hændelsesdata"
- 3. Indtast "event\_id"
- 4. Navngiv og klik "Gem"

Gentag processen for browser\_id!

#### Færdig opsætning

event_id	Gem	
Konfiguration af variabel Variabeltype	browser_id 🗖	Gem
Hændelsesdata	Konfiguration af variabel	
erengu	Hændelsesdata	
	Nøglesti ⑦ browser_id	

### Hent Meta Tag skabelon fra skabelongalleriet - sGTM

Ligsom i Web GTM containeren, skal vi også bruge en Tag skabelon til Meta i sGTM containeren.

- 1. Gå under "Skabeloner" og klik "Søg i galleriet"
- 2. Søg efter "Facebook Conversion API" og vælg skabelon fra Stape.io
- 3. Klik "Føj til arbejdsområde" og klik "Tilføj"

Tagget er nu hentet ind og klar til brug!

# Opsætning af lookup table for GA4 events

På samme måde som med events til Meta i Web GTM containeren, skal vi i sGTM have omskrevet vores ecommerce events, så de passer til Meta.

- 1. Klik på "Variabler" og opret en ny
- 2. Vælg "Opslagstabel"
- 3. Vælg {{Event Name}} under "Inputvariabel"
- 4. Tilføj 4 rækker med nedenstående under "input" og output
- 5. Navngiv variablen og Klik "Gem"

Input(originale events)	Output(Meta events)
view_item	ViewContent
add_to_cart	AddToCart
begin_checkout	InitiateCheckout
purchase	Purchase

#### Færdig opsætning



Nu er forberedelsen færdig, og vi kan begynde at opsætte de enkelte Triggers til Meta!

# TRIGGERS TIL META SST

Vi kunne godt vælge at bruge GA4 Triggeren og køre alt tracking under ét Tag, men jeg vil anbefale, at vi skiller alle events ad – på nær for ecommerce. På den måde er du helt sikker på, at du sender den rette data med til det enkelte event, og så får vi gennemarbejdet opsætningen.

Vi undgår at tage Konfigurationstagget med på serverniveau og fokuserer udelukkende på vores events:

- Opkald
- Email
- Download PDF
- Kontaktformular
- Ecommerce

Da vi allerede har oprettet de fleste events i forbindelse med Google Ads, er det kun ecommerce Triggeren, vi mangler!

### Opret ecommerce Trigger - sGTM

- 1. Gå under "Trigger" og opret en "Ny"
- 2. Klik på "Triggerkonfiguration" og vælg "Tilpasset hændelse"
- 3. Indtast de eksakte event navne, som GA4 sender ved "ecommerce"
  - Du finder disse under Web GTM Ecommerce triggeren
- 4. Tilføj Consent Signal, navngiv og klik "Gem"

	Gem
Triggerkonfiguration	
Triggertype	
O Tilpasset hændelse	
Hændelsesnavn	
Hændelsesnavn view_item add_to_cart view_cart begin_checkout purchase  ✓ Brug matchning af regex	
Hændelsesnavn view_item add_to_cart view_cart begin_checkout purchase  ✓ Brug matchning af regex Denne trigger aktiveres ved:	

# TAGS TIL META SST

Nu er vi endelig ved at være i mål med vores SST opsætning til Meta. Sidste step er at oprette tags for de enkelte events og tilføje eventdata!

# Opret opkald tag til Meta - sGTM

- 1. Gå under "Tags" og opret en "Ny"
- 2. Klik på "Tagkonfigurationen" og vælg dit nye Tagtemplate "Facebook Conversion API"
- 3. Vælg "Override" under "Event Name Setup Method" og vælg "Custom"
- 4. Indtast det samme event navn, som du benyttede i Web GTM.

#### • Eksempel: Opkald

- 5. Indtast API Acces Token\* og Pixel ID\*
- 6. Tilføj "event\_id" under "Server Event Data Override"
- 7. Tilføj "browser\_id" under "User Data"
- 8. Navngiv tagget

#### Tagget er nu på plads!

Tilføj din Trigger for opkald og gem Tagget.

#### \*Husk at oprette dine ID'er og API'er som konstanter for at kunne genbruge dem!

Nu har du oprettet dit første Meta Tag og vi er klar til at oprette de næste.

#### Se de færdige opsætninger på de næste sider!

# Opkald SST event til Meta

neta - C			Gem
Tagkonf	iguration		
Tagtype			
f	Facebook Conversion	n API	GALLERI
07	Tagtilladelser		7 tilladelser 💙
Event Nam	e Setup Method		
Override			
Ev	/ent Type		
0	nkald		
U	pratu		
API Acces	s Token 🕥		
{{Meta Co	onversion API - EAA3sO	DMdEwDwBAP0zJLmK}}	
Facebook I	Pixel ID 🕜		
{{Meta Pi	xel - 631886555553032	2}}	
Server Ev	ent Data Override		
Property N	ame	Property Value	
Event ID		{{event_id}}	
User Data	a		
Property N	ame	Property Value	
Browser I	ID	{{browser_id}}	
Custom D	Data		
Standard	Parameters that you ca	an send to Meta you can find by this link.	
Long Catt	tings		
Logs Sett	nsole during debug and	d preview	
Logs Set	5 5		
Logs Sett			
Log to co Triggers			
Log to co Triggers Aktiverend	e triggers		
Log to co Triggers Aktiverend	e triggers Opkald		

# Email SST event til Meta

Tagkonf	figuration		
Tagtype			
f	Facebook Conversion AP	I	GALLERI
04	Tagtilladelser		7 tilladelser 💙
Event Nan	ne Setup Method		
Override			
E	vent Type		
C	ustom		
E	maii		
API Acces	ss Token		
{{Meta C	onversion API - EAA3sOMdE	wDwBAP0zJLmK}}	
Facebook	Pixel ID (?)		
{{Meta P	ixel - 631886555553032}}		
Server Ev	vent Data Override		
Property N	Name	Property Value	
Event ID		{{event_id}}	
User Dat	а		
Property N	Name	Property Value	
Browser	ID	{{browser_id}}	
Custom I	Data		
Standard	l Parameters that you can se	end to Meta you can find by this link.	
Lone Set	tings		
2090 000	ange		
Log to co	onsole during debug and pre	view	
Triggers			
nggela	,		
Aktiverend	de triggers		
	Email		
0	Tilpasset hændelse		

# Download PDF SST event til Meta

Tagkonfiguration			
Tagtype			
Facebool stape-io	k Conversion API		GALLERI
o <del>.,</del> Tagtillad	elser		7 tilladelser 💙
Event Name Setup Met	hod		
Override			
Event Type Custom			
Download PI	DF		
20milda Fi			
API Access Token ⑦ {{Meta Conversion A Facebook Pixel ID ⑦	API - EAA3sOMdEwI	DwBAP0zJLmK}}	
{{Meta Pixel - 63188	6555553032}}		
Server Event Data O	verride		
Property Name		Property Value	
Event ID		{{event_id}}	
User Data			
Property Name		Property Value	
Browser ID		{{browser_id}}	
Custom Data			
Standard Parameter	s that you can send	l to Meta you can find by this link.	
Logs Settings			
Log to console durin	ng debug and previe	w	
Triggers			
Aktiverende triggers			
O Downloa	handelee		

# Kontaktformular SST event til Meta

GALLERI 7 tilladelser >
GALLERI >
GALLERI
7 tilladelser 🖒
2
2
2
2
2
2
2
2
1
}}
his link.
t

### **Ecommerce SST events til Meta**

Vær opmærksom på, at du ikke indtaster event-navnet manuelt, men i stedet bruger din Variabel, som selv trækker det enkelte ecommerce event ind.

Tagkonfig	uration		
lagkoning	anddon		
Tagtype			
f	Facebook Conversion A stape-io	API	GALLERI
07	Tagtilladelser		7 tilladelser 💙
Event Name : Override	Setup Method		
Even Cus {{GA	nt Type itom A4 ecom events → Meta	a ecom events}}	
API Access T {{Meta Con Facebook Pis {{Meta Pixe	Token ⑦ version API - EAA3sOM kel ID ⑦ el - 631886555553032}}	ldEwDwBAP0zJLmK}}	
Server Ever	nt Data Override		
Property Nan	ne	Property Value	
Event ID		{{event_id}}	
User Data			
Property Nan	ne	Property Value	
Browser ID		{{browser_id}}	
Custom Da	ta		
Standard Pa	arameters that you can	send to Meta you can find by this link.	
Logs Settin	gs		
Log to cons	sole during debug and p	preview	
Triggers			
Aktiverende t	triggers		
0	Ecommerce Tilpasset hændelse		

# **META SST SETUP**

**Sådan!** Du er nu færdig med opsætningen af tracking fra sGTM til Meta. Du sender nu både events via Client- og Server-Side og du har sikret, at Meta deduplikerer dine events.

Du har nu opsat følgende i sGTM containeren:

÷	🔷 Tag Manager	Alle konti > Google Tag Manager B SS - benjaminspeedtsberg	ı.dk ≁ Q sø	g i arbejdsområde	. 0	:	
Arb	ejdsområde Versioner	Administrator	GT	M-WNFVW75M Forhåndsvisnir	1g	Inds	end
AKTU Defa	elt arbejdsområde	Tags		Meta	×	Ny	
		□ Navn ↑	Туре	Aktiverende triggers	Senest	rediger	et
	Oversigt	Meta - Download PDF	Facebook Conversion API	O Download PDF	3 time	er siden	
f) v	Klienter Transformationer	Meta - Ecommerce	Facebook Conversion API	O Ecommerce	16 tim	ier side	n
-	Tags	Meta - Email	Facebook Conversion	📀 Email	16 tim	ier side	n
۲	Triggers	Meta - Kontaktformular	Facebook Conversion		16 tim	er side	n
-	Variabler		API				
	Mapper	Meta - Opkald	Facebook Conversion API	Opkald	16 tim	ier side	n
	Skabeloner						

Husk! Skal denne opsætning træde i kraft, skal du indsende og publicere containeren.

# HELE SST TRACKING SETUPPET

Du har nu opsat Server-Side tracking for Google Analytics 4, Google Ads og Meta, og du kan se frem til et mere sikkert setup, der giver din forretning et bedre og mere præcist datagrundlag at træffe beslutninger ud fra.

Det er vigtig at forhåndsvise alle nye tilføjelser og ændringer, før du endeligt bekræfter, dit setup virker. Derudover er det altid en god ide at følge med i performance. Det mindsker risikoen for fejl og skaber muligheder for at optimere datagrundlaget yderligere.

÷		Alle konti SS – k	> Google Tag M Denjamins	anager B. Speec	tsberg.dk -	🔾 Søg i arbejds	sområde	0 : 😭
/	Arbej	jdsområde	Versioner	Admir	histrator	GTM-WNFVW75M	Forhåndsvisning	Indsend
,	актие Defa	elt arbejdsomf ult Workspace	råde >	Tage	5		c	λ Ny
					Navn ↑	Туре	Aktiverende triggers	Senest redi
ĺ	<b>→</b>	Oversigt Klienter			GA4 - Data	Google Analytics: GA4	<b>GA4</b>	en måned siden
	,5°	Transformatio	oner		gAds - Download PDF	Google Ads Konverteringssp	Oownload PDF	3 timer siden
		Tags			gAds - Email	Google Ads Konverteringssp	Opkald	3 timer siden
(	•	Triggers Variabler			gAds - Kontaktformular	Google Ads Konverteringssp	Kontaktformular	3 timer siden
I		Mapper			gAds - Konverteringslinker	Konverteringstil	All Pages	3 timer siden
(	D	Skabeloner			gAds - Opkald	Google Ads Konverteringssp	Opkald	3 timer siden
					gAds - Purchase	Google Ads Konverteringssp	😶 purchase	3 timer siden
					Meta - Download PDF	Facebook Conversion API	O Download PDF	3 timer siden
					Meta - Ecommerce	Facebook Conversion API	COMMERCE	16 timer siden
					Meta - Email	Facebook Conversion API	📀 Email	16 timer siden
					Meta - Kontaktformular	Facebook Conversion API	Kontaktformular	16 timer siden
					Meta - Opkald	Facebook Conversion API	Opkald	16 timer siden

# FINAL WORDS

Du har nu været igennem alle kapitler og tilegnet dig en masse ny viden om Google Tag Manager. Du har fået en større forståelse for tracking generelt samt et kendskab til de muligheder, der er tilgængelige for at optimere dit tracking- og data setup.

Du har tilegnet dig viden omkring Variabler, og hvordan du benytter disse til forskellige formål, samt hvordan data kan omskrives, så det passer til den enkelte platform.

Derudover har du fået indsigt i samtykkereglerne og opsætningen af disse, samt hvordan Server-Side tracking fungerer, og hvordan det opsættes via stape.io.

Jeg håber, det har været en fornøjelse at læse, og at du har tilegnet dig nye færdigheder, som gør det muligt for dig, at arbejde videre med GTM på egen hånd.

# Forfatteren bag bogen

Mit navn er Benjamin Speedtsberg og jeg er Head of Search hos ASENTO Digital.

Jeg har 7 års erfaring med Google Tag Manager og udover at arbejde hands on med både tracking og marketing, så underviser jeg og afholder kurser indenfor faget.

Benjamin Speedtsberg bsn@asento.dk +45 60 11 70 46 <u>benjaminspeedtsberg.dk</u>



LinkedIn @benjamin