



# DIGITAL MARKETING ACADEMY CRÉER DES CODES QR ET DES PARAMÈTRES UTM

## 1 QR Code Generator

### 1.1 Codes QR dynamiques et statiques

## 2 Qu'est-ce qu'un paramètre UTM ?

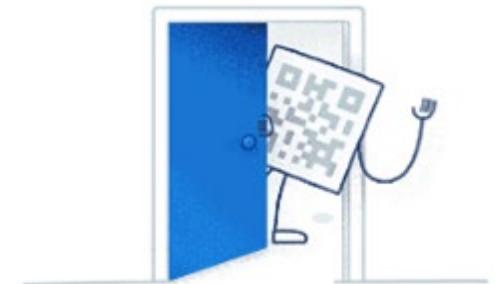
# TOOL: QR CODE GENERATOR



Un login pour tous les utilisateurs (à demander à l'équipe de marketing digital)

The screenshot shows the 'Active QR Codes' section of the tool. It features a search bar, a sidebar with 'MY QR CODES' and 'MY FOLDERS', and a main list of QR codes. Each entry includes a QR code, a 'Download' button, and metadata such as the website name, location, and creation date.

Website	Location	Status	Created
Dr. med. Felix Paradies - FR	Klinik Linde	Static/Non-trackable	Nov 8, 2024
Dr. Felix Paradies - DE	Klinik Linde	Static/Non-trackable	Nov 8, 2024
HIBE - Kunsttherapie	Hirslanden Bern	Static/Non-trackable	Nov 7, 2024
HIBE - Ernährungsberatung	Hirslanden Bern	Static/Non-trackable	Nov 7, 2024

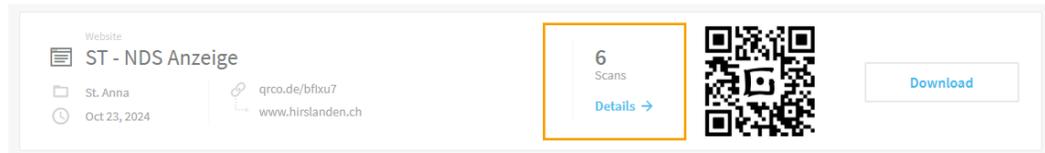


« QR » signifie  
"quick response"  
(réponse rapide ou  
réaction rapide)

# DIFFÉRENCE ENTRE QR CODES DYNAMIQUES ET STATIQUES

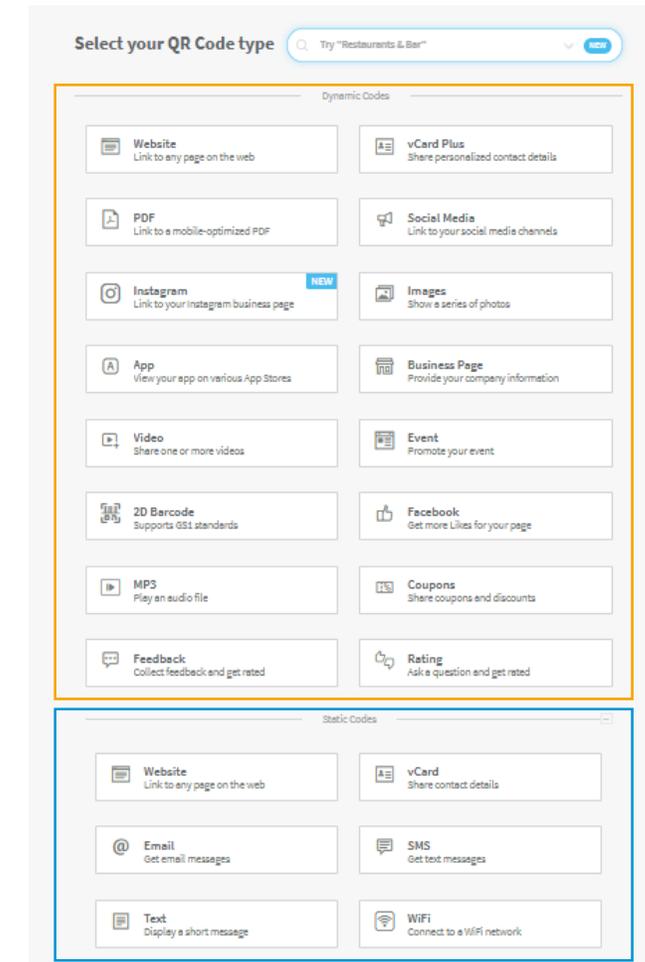
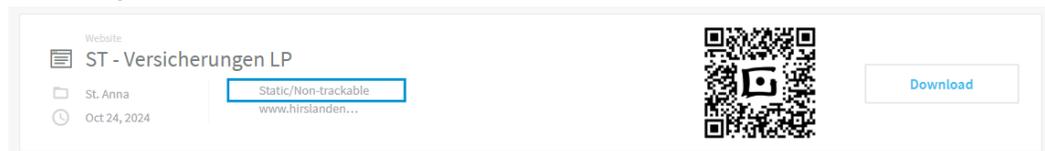
## Codes dynamiques / Dynamic Codes

- Nombre limité disponible dans l'outil (50 pièces)
- Sont directement suivis dans l'outil
- L'URL peut également être adaptée ultérieurement dans l'outil.



## Codes statiques / Static Codes

- Nombre illimité disponible
- Peut être enregistré avec des paramètres UTM et suivi via Google Analytics
- Les données déposées sont fixes et ne peuvent pas être adaptées



En principe, veuillez toujours travailler avec des codes statiques, sauf s'il s'agit d'une campagne très limitée dans le temps, où les données peuvent ensuite être évaluées et le code QR supprimé.

1 QR Code Generator

## 2 **Qu'est-ce qu'un paramètre UTM ?**

2.1 **Fonctionnement des paramètres UTM**

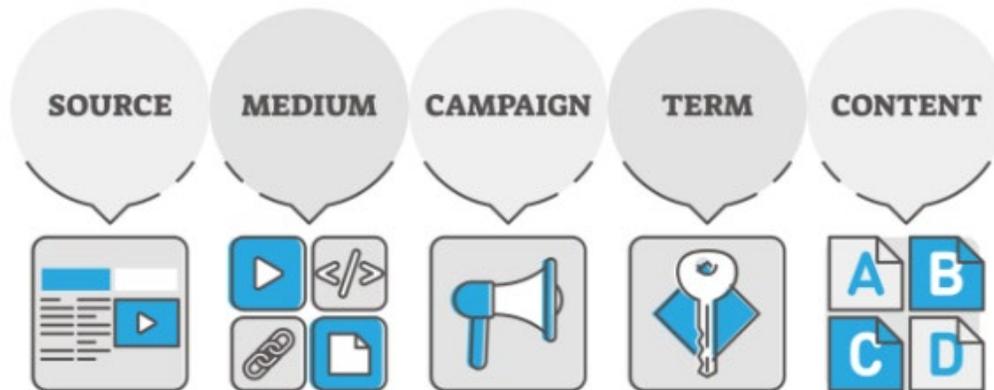
2.2 **Conseils pour la création de paramètres UTM**

2.3 **Évaluer les paramètres UTM**

# QU'EST-CE QU'UN PARAMÈTRE UTM ?

- UTM signifie Urchin Tracking Module (les paramètres UTM ont été introduits par le prédécesseur de Google Analytics, le logiciel de marketing Urchin).
- courts extraits de texte ajoutés à la fin de l'URL d'un lien.
- Les paramètres UTM permettent un suivi spécifique à la campagne via Google Analytics.

## UTM PARAMETERS



Bildquelle: [www.searchenginejournal.com/utm-codes/370088/](http://www.searchenginejournal.com/utm-codes/370088/)

Paramètre	Objectif	Exemple
*utm_source	D'où vient la visite ? Identifie la source de la visite (URL de référence), par ex. Google, Facebook, newsletter	utm_source=google
*utm_medium	De quel type de visite s'agit-il ? Comment (via quel canal) la visite a-t-elle eu lieu ? Identifie le support marketing, par ex. CPC (coût par clic), e-mail, None (accès direct), Organic	utm_medium=cpc
utm_campaign	Quelle campagne est à l'origine de la visite ? Identifie une campagne de marketing spécifique, par exemple Octobre rose 2024	utm_campaign=pinktober24
utm_term	Quel terme de recherche fournit la visite ? Identifie un terme de recherche dans une campagne de recherche, par exemple traitement du cancer du sein.	utm_term=brustkrebs+behandlung
utm_content	Quel lien fournit la visite ? Identifie la source du lien, par ex. lien de texte, lien d'image, etc. Alternativement, ce paramètre est également utilisé pour identifier différentes publicités au sein d'une campagne.	utm_content=textlink

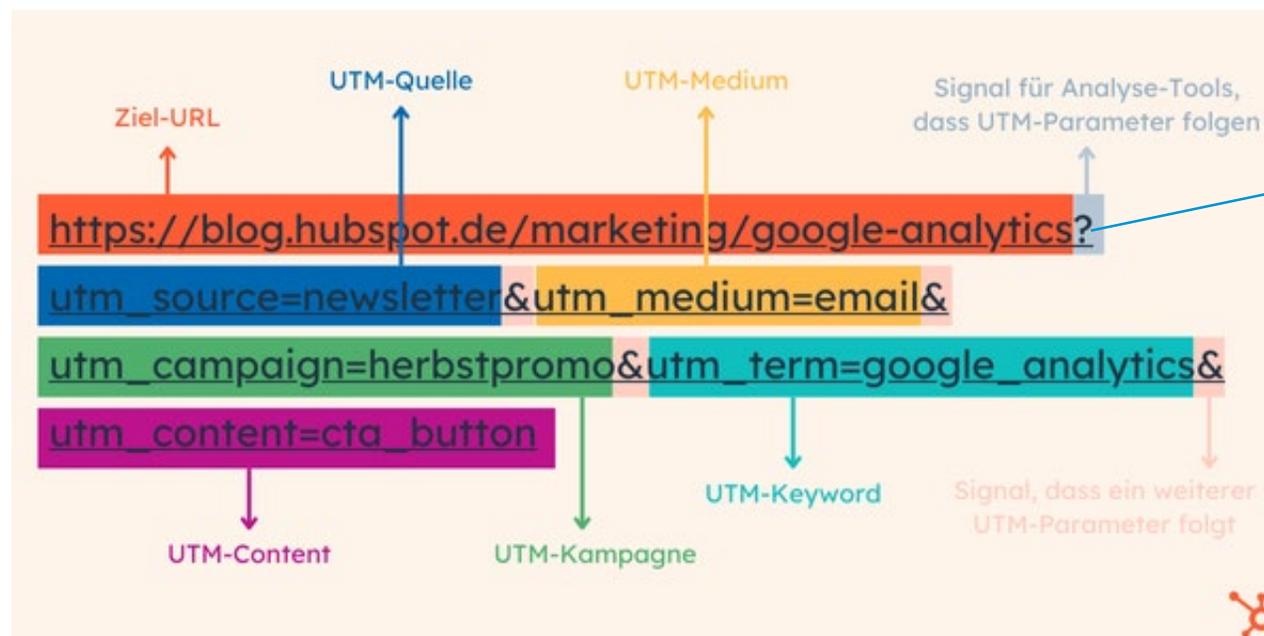
*\*Les paramètres Source et Medium sont obligatoires. Les autres paramètres sont facultatifs.*



Objectif : mesurer les résultats des activités et des supports marketing individuels

# FONCTIONNEMENT ET EXEMPLE DE PARAMÈTRES UTM

[www.blog.hubspot.de/marketing/googleanalytics?utm\\_source=newsletter&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=herbstpromo&utm\\_term=google\\_analytics&utm\\_content=cta\\_button](https://www.blog.hubspot.de/marketing/googleanalytics?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=herbstpromo&utm_term=google_analytics&utm_content=cta_button)



Les paramètres **commencent toujours par un point d'interrogation**, ce qui permet à l'outil d'analyse de reconnaître que l'URL proprement dite se termine ici et que le code de suivi commence ici.

Cela permet simplement de noter qu'un(e) visiteur(se) est arrivé(e) sur le site web via une certaine source (dans l'exemple une newsletter) ou un canal marketing dans le cadre d'une certaine campagne (dans l'exemple via une promotion d'automne par e-mail).



# COMMENT ÉVALUER UN PARAMÈTRE UTM ?

Visible dans Google Analytics 4 avec la nomination correspondant, qui a été défini dans l'UTM :

## Exemple UTM avec évaluation dans GA4

[www.hirslanden.ch/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html?utm\\_source=print&utm\\_medium=short-url&utm\\_campaign=hc-pinktober-23](http://www.hirslanden.ch/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html?utm_source=print&utm_medium=short-url&utm_campaign=hc-pinktober-23)

Anzahl insgesamt

1	/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html	google / organic
2	/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html	(direct) / (none)
3	/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html	print / short-url
4	/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html	google / cpc
5	/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html	blick.ch / referral
6	/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html	bing / organic
7	/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html	schweizer-illustrierte.ch / referral
8	/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html	Facebook_Mobile_Feed / cpc
9	/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html	classroom.google.com / referral
10	/de/corporate/fuer-alle-folgen-des-lebens/krebs/brustkrebs.html	duckduckgo / organic

➡ Analyse par page

Anzahl insgesamt

1	hc-pinktober-23	print / short-url
2	hc-pinktober-23	(direct) / (none)
3	hc-pinktober-23	google / organic
4	hc-pinktober-23	bing / organic
5	hc-pinktober-23	gelenkpraxis.ch / referral
6	hc-pinktober-23	ch.search.yahoo.com / referral
7	hc-pinktober-23	hirslanden.com / referral
8	hc-pinktober-23	Facebook / cpc
9	hc-pinktober-23	Facebook_Mobile_Feed / cpc
10	hc-pinktober-23	allgemeine-nutzung / short-url

➡ Analyse par campagne



**Des  
questions ?**