

Celebrus Digital Analytics Vs. Google Analytics 4

Google Analytics 4 (GA4) : les changements balaisent l'existant, l'inquiétude monte et pourtant la mesure du taux de rebond manque toujours ! Celebrus Digital Analytics (CDA) est une solution d'analyse qui va au-delà de GA4 pour fournir des données en temps réel sans limitations.

Si vous êtes à la recherche d'une alternative à GA4, d'une solution qui fournit des données conformes auxquelles vous pouvez faire confiance, voici une comparaison entre CDA et GA4. Retrouvez tous les rapports que vous avez aimés, sans tous les tracas, sans taggage et sans inexactitude.

CDA

A vous. CDA est installé dans votre environnement protégé, de sorte que les données ne quittent jamais vos quatre murs. Toutes les données sont entièrement détenues, contrôlées et gérées par votre entreprise.

Oui. CDA est installé dans votre environnement contrôlé par votre organisation et il n'est pas affecté par les restrictions ITP et de navigateur. Les données ne transitent jamais sur un emplacement externe - à moins que vous ne le souhaitiez.

Celebrus capture les données en quelques millisecondes sans tag ni plan de marquage et elles sont disponibles pour la création de rapports en quelques secondes. C'est ce que nous appelons le « live ».

PAS DE TAGGAGE ! CDA est un logiciel sans tag, une solution qui capture tout et qui se met en œuvre avec une seule ligne de code.

Illimités. Les rapports intégrés sont conviviaux, faciles à comprendre et familiers. Retrouvez tout ce que vous aimiez sur d'autres plateformes qui a été supprimé ou qui est maintenant restreint.

Oui. Celebrus fait le lien dans le temps entre les données provenant de tous les terminaux, sur tous vos canaux et noms de domaine pour établir une identité numérique unifiée et omnicanale, même pour les visiteurs anonymes.

Aucune. CDA ne limite pas la collecte, le traitement ou la conservation des données. Aucune limite sur les dimensions et les métriques personnalisées, les audiences ou les rapports. Ni seuil d'anonymisation ni échantillonnage.

CDA utilise le même modèle de données pour les données du Web mobile, du Web et des applications mobiles. C'est le modèle de données que les clients de Celebrus adorent depuis des années.



À qui appartient les données ?



Est-ce VRAIMENT « first-party » ?



En combien de temps puis-je voir mes données ?



Comment fonctionne le taggage ?



Qu'en est-il des rapports et des métriques ?



Puis-je conserver l'identité des visiteurs sur plusieurs domaines, appareils et canaux ?



Quelles sont les limites ?



Comment les données sont-elles stockées et unifiées ?

GA4

Vos données se trouvent dans l'environnement partagé de Google et si vous aimez les données brutes, c'est difficile à gérer. En tant que service tiers, les données doivent transiter et être stockées en dehors de l'écosystème de votre organisation, de sorte que la propriété et le contrôle véritables n'existent plus.

Non. Malgré le masquage des cookies et les solutions de contournement JavaScript, GA4 vit à l'extérieur de votre environnement. Lorsque les données doivent quitter l'environnement d'une organisation, il ne s'agit pas d'une véritable solution « first party ». Cela signifie également que les cookies sont configurés aujourd'hui pour expirer au mieux sous sept jours dans la plupart des navigateurs, ce qui rend vos données visiteur inexactes.

Alors que certaines données sont disponibles en temps réel, Google lui-même dit qu'il peut prendre 12 à 48 heures pour rendre compte de ce qui se passe... Et ce n'est que si vous l'avez prévu dans votre plan de marquage.

Si vous voulez le mesurer, vous devez le tagger. Google Tag Manager est requis, et les balises doivent être implémentées manuellement, ce qui laisse une place à l'erreur. C'est aussi un cauchemar pour la maintenance.

Limités. Moins de rapports prédéfinis. Suivi de l'acquisition, flux comportementaux, et rapports d'attribution sont limités. Pas d'éditeur de rapports intégré, les utilisateurs doivent utiliser Google Explorer.

Non. GA4 ne peut pas effectuer de suivi inter-domaines, et le suivi inter-appareils ne fonctionne que si le même identifiant unique (ID) est utilisé sur les deux appareils. L'ID doit déjà exister, et les données ne peuvent être rapprochées qu'à partir de sa création - vous perdez toutes les données historiques. Tout cela est également lié à un cookie qui sera fréquemment supprimé en raison des règles d'expiration des navigateurs.

GA4 met des limites à tout. Ils ne peuvent pas s'en empêcher, c'est juste ce qu'ils font.

Google dispose d'entrepôts de données différents pour le mobile et le web. Cela crée des étapes supplémentaires, un risque d'erreurs et un délai dans l'utilisation des données. Cela crée également le chaos lorsque vous essayez de bâtir une vue client unique.

Conçu pour le marketing. **Aimé par la conformité.**

Démocratisez l'accès à vos données

avec la seule solution d'analyse web entièrement conforme.

De meilleures données. Une meilleure conformité. Un meilleur contrôle.

Je suis prêt pour une démo