

COOKIE CONSENT · CONSENT MODE V2 · OPENCART

Згода на cookie, яка справді керує тегами

Не інформаційний банер для галочки, а робочий CMP: теги мовчать до згоди, Consent Mode v2 передає всі 4 сигнали в Google. Три сайти OpenCart, кожен перевірений окремо.

з 2014

full-cycle studio

10+

років досвіду

400%

середній ROI

CA · US

клієнти

Consent Mode v2Google Tag ManagerGA4Google AdsCertified CMPOpenCart

T3 складено грамотно — ви точно назвали, у чому проблема: банер зараз лише інформує, а згодами не керує і статус у Google не передає. Це найпоширеніша пастка Consent Mode v2, і полегодити її треба не косметично, а по суті. Нижче — як саме, по кожному пункту.

01 Головна проблема — банер, який нічого не вирішує

Інформаційний банер «ми використовуємо cookie, ок» — це фікція згоди. Теги GA4, Google Ads і піксели маркетингу вантажаться однаково, натиснув користувач щось чи ні. Дані збираються ДО згоди — а це вже порушення GDPR, а не «майже готово».

Робочий CMP влаштований інакше: за замовчуванням усе заборонено, теги стоять на паузі, і лише після вибору користувача частина з них отримує дозвіл. Різниця не в дизайні банера, а в тому, що відбувається під капотом.

Ключова перевірка, яку ми проходимо в кінці: відкрити сайт, нічого не натискати — і переконатись, що жоден аналітичний чи рекламний тег ще не спрацював. Якщо спрацював до згоди — банер несправжній, скільки б категорій у ньому не було.

02 Ваше T3 — і що робимо по кожному пункту

Із вашого T3	Як робимо
Встановити CMP для керування згодами	Ставимо Google-сертифікований CMP — з березня 2024 Google приймає сигнали надійно тільки від сертифікованих. Банер керує згодами, а не просто інформує.
Банер: прийняти / відхилити / налаштувати категорії	Три рівнозначні дії + категорії (необхідні / аналітика / маркетинг / уподобання). «Відхилити» видно так само, як «прийняти» — цього прямо вимагає GDPR.
Google Consent Mode v2 через GTM	Усі 4 сигнали, стан за замовчуванням denied, заданий ДО завантаження GTM. Оновлення сигналів одразу після вибору користувача.
Коректна передача згод у GA4, Google Ads, інші сервіси	Сигнали йдуть у Google для аналітики й реклами; сторонні маркетинг-теги отримують статус і поведяться за ним.
Теги запускаються лише за дозволом користувача	Кожен тег у GTM під consent-перевіркою: до згоди не спрацює, після — тільки за дозволеною категорією.
Актуальні вимоги GDPR + Consent Mode v2	Сертифікований CMP, сумісність із чинним TCF, і чесний нюанс про юридичну частину — окремим блоком нижче.

03 Consent Mode v2 — як має бути

Consent Mode v2 — це не «галочка в GTM». Ось із чого він реально складається:

analytics_storage

ad_storage

ad_user_data

ad_personalization

- Два останні сигнали (**ad_user_data**, **ad_personalization**) — саме те, що додав v2. Без них Google Ads у ЄЄ3 працює обмежено, а ремаркетинг фактично сліпне.
- Стан за замовчуванням — **denied** для всіх чотирьох, і заданий він має бути ДО GTM, у **<head>**. Інакше теги встигають зібрати дані в перші мілісекунди — і згода вже ні до чого.
- Advanced mode — cookieless-пінги й моделювання конверсій, щоб після відмов не втратити весь обсяг даних. Це те, заради чого Consent Mode взагалі роблять, а не просто «щоб не блокувало».

04 Теги спрацьовують лише за згодою

Тут ховається половина роботи. Google-теги розуміють Consent Mode «з коробки», а от сторонні піксели (Meta, TikTok та інші) — ні. Їх треба ставити під окрему consent-перевірку в GTM вручну, інакше вони спокійно вантажаться повз згоду.

- GA4 і Google Ads — built-in consent checks, реагують на сигнали Consent Mode.
- Сторонні маркетинг-теги — додаткові тригери-умови: не спрацьовують, поки нема відповідної категорії згоди.
- До будь-якої взаємодії з банером — тиша: жоден аналітик/реklamний тег не запущено.

05 Три сайти OpenCart — окремо, не наосліп

Три сайти — це не «зробив на одному, скопіював двічі». У кожного свій набір тегів, свої підключені сервіси, свій GTM-контейнер. Робимо на першому повністю, обкатуємо, а на два інші переносимо з урахуванням їхніх відмінностей — і кожен перевіряємо як окремий.

06 Перевірка й чесний GDPR-нюанс

Перевірка — не «поставили банер і здали». У режимі дебага дивимось дві речі: до згоди теги мовчать, а після згоди сигнали реально доходять до Google у правильному стані. По кожному з трьох сайтів окремо.

І чесно, щоб не було непорозумінь потім. Consent Mode v2 — це технічний шар. Повна відповідність GDPR — це ще й юридична частина: політика конфіденційності, підстави обробки, реєстр згод. Технічну частину закриваємо повністю. Що стосується юридичної — підкажемо, чого бракує, але це вже поле юриста, і ми це не замовчуємо.

07 Як улаштована робота

Фаза 1 Аудит поточного стану

Дивимось, що вже стоїть на трьох сайтах: які теги, який банер, що збирає дані до згоди. Фіксуємо відмінності між сайтами.

Фаза 2 CMP + банер

Сертифікований CMP і банер із категоріями (прийняти / відхилити / налаштувати) на першому сайті.

Фаза 3 Consent Mode v2 у GTM

Default denied, 4 сигнали, гейтинг усіх тегів (Google і сторонніх). Перевірка в дебагу.

Фаза 4 Перенесення й фінальна перевірка

Розгортаємо на два інші сайти з урахуванням їхніх тегів. Кожен сайт перевіряємо окремо — до згоди тиша, після згоди сигнали доходять.

08 Що ви отримаєте

- Робочий CMP і банер (прийняти / відхилити / категорії) на кожному з 3 сайтів.
- Consent Mode v2 у GTM: 4 сигнали, default denied, оновлення за вибором користувача.
- GA4, Google Ads і маркетинг-теги під consent — до згоди не спрацьовують.
- Перевірку кожного сайту в дебагу: теги мовчать до згоди, сигнали доходять до Google.
- Коротку нотатку — що налаштовано і що з юридичного боку варто добити.

WebCoreLab — full-cycle digital studio · Toronto, Canada

Дизайн, розробка, SEO/GEO і DevOps під одним дахом — **від ідеї до продажна й підтримки**. На ринку **з 2014**, 10+ років у digital, **20+ років сукупного досвіду команди**. Архітектурний підхід, вимірюваний результат, повний контроль на боці власника.

ПАРТНЕРСТВА Й ВИЗНАННЯ

Clutch · Top Agency Canada

DesignRush · Best SEO

G2 · High Performer

Google Partner

HubSpot Partner

Cloudflare Partner

Semrush Partner

ISO 27001 Aligned

Наші роботи

Частина проєктів WebCoreLab — e-commerce й B2B з чистою технічною реалізацією тегів, аналітики й трекінгу. Посилання живі.

E-COMMERCE · TRACKING

Message Warehouse

Магазин, чиста аналітика й трекінг конверсій.

→ **коректні дані**

DATA · ANALYTICS

Ahrefs

Робота з даними й аналітичною інфраструктурою.

→ **точність вимірів**

B2B · SAAS

TechFlow

B2B SaaS: теги, події, чистий GTM.

→ **керовані теги**

E-COMMERCE · US

Detox

Магазин із трекінгом заявок і подій.

→ **конверсії видно**

E-COMMERCE · LOCAL

GreenLeaf

Каталог + лідген, налаштована аналітика.

→ **вимірюваність**

SERVICE · LEAD-GEN

Custom Maids Toronto

Сервісний сайт із формами й трекінгом.

→ **потік заявок**

Дивитись усі кейси →