



Ya casi has completado tu plan de medición

Combinar el etiquetado en todo el sitio web, Conversiones mejoradas para web, el Modo de consentimiento y Google Analytics 4 te permite generar y utilizar datos propios. Gracias a estas herramientas publicitarias, puedes medir con exactitud el rendimiento de tus campañas de anuncios e impulsar tus resultados.

Tus respuestas muestran que puedes tomar medidas adicionales con un plan de medición que mejore la privacidad implementando estas soluciones publicitarias:

1. Activa Conversiones mejoradas para web

Qué ventajas tiene

Conversiones mejoradas puede ayudarte a medir tus conversiones con más exactitud, ya que permite que tu etiqueta de Google recoja más datos propios visibles.

[Configura la solución](#)



Cómo funciona

Cuando un cliente hace una acción de conversión, los datos propios que tú recoges se envían en formato hash a Google y se asocian con las cuentas donde se ha iniciado sesión. Esto permite atribuir conversiones a los anuncios de una forma centrada en la privacidad.

[Configura la solución](#)



Cómo empezar

Necesitas acceso de administrador al backend de tu sitio web, Google Ads y Google Tag Manager (si lo utilizas). También debes realizar una prueba de conversión para confirmar que los datos de los clientes llegan a tu página de conversiones.

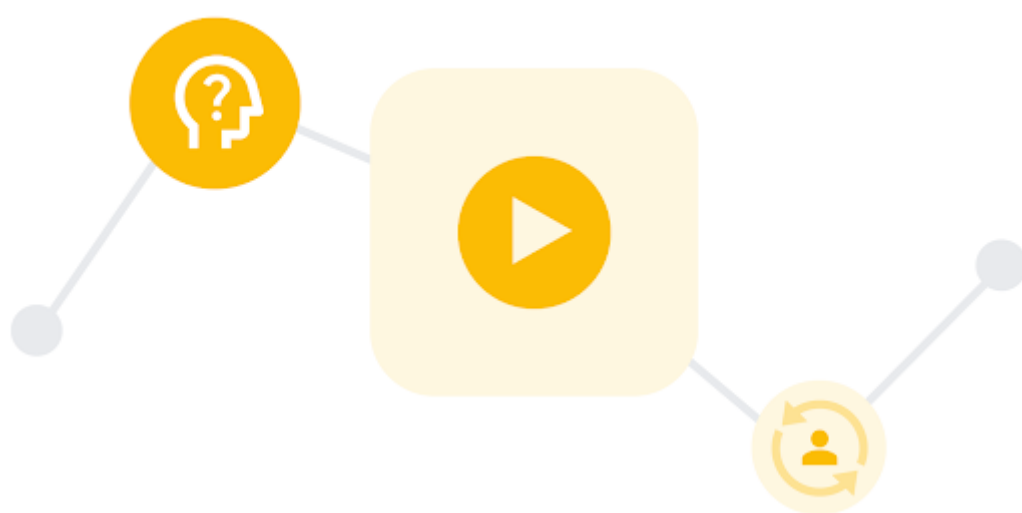
[Configura la solución](#)



Mira un tutorial

Descubre cómo medir tus conversiones con más exactitud configurando las herramientas publicitarias Conversiones mejoradas para web y la implementación de etiquetas. Empieza por ver este tutorial de Google Ads en YouTube.

[Miralo ahora](#)

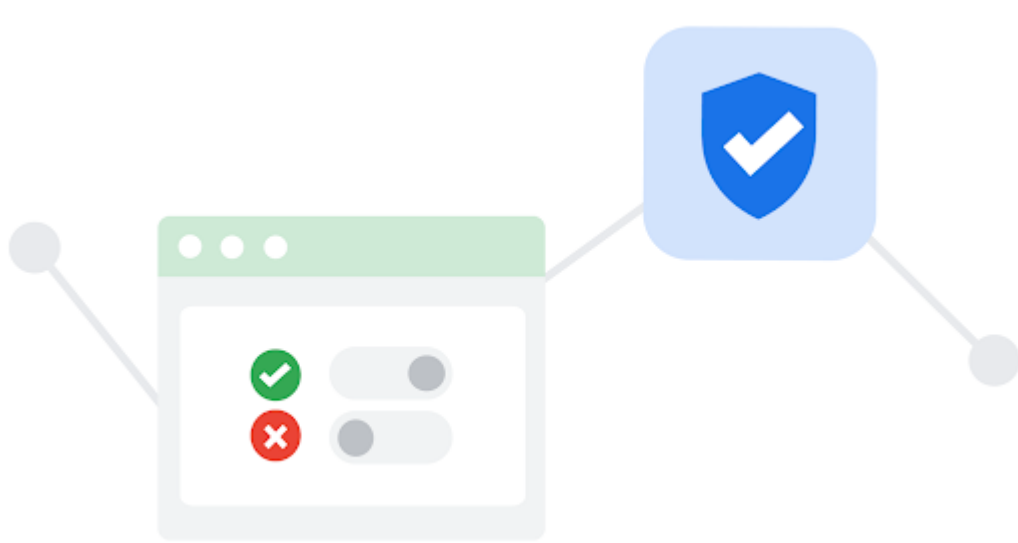


2. Configura el Modo de consentimiento

Qué ventajas tiene

El Modo de consentimiento ajusta el comportamiento de tus etiquetas en función del estado de consentimiento de los usuarios y permite recuperar las conversiones perdidas cuando estos no aceptan las cookies. En combinación con Conversiones mejoradas, te ofrece una imagen completa del rendimiento de tus campañas.

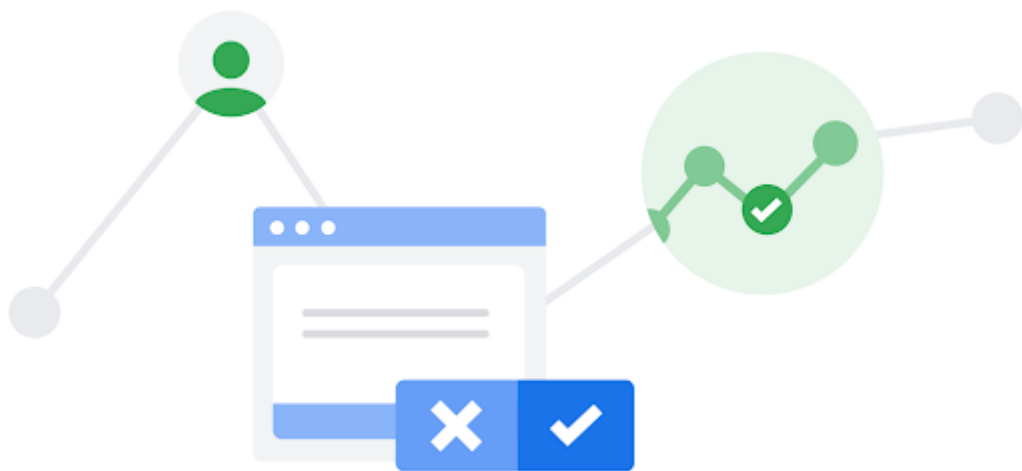
[Configura la solución](#)



Cómo funciona

Cuando un cliente rechaza las cookies, el Modo de consentimiento recupera la conversión con técnicas de modelado, para que puedas medir las conversiones respetando sus preferencias de consentimiento.

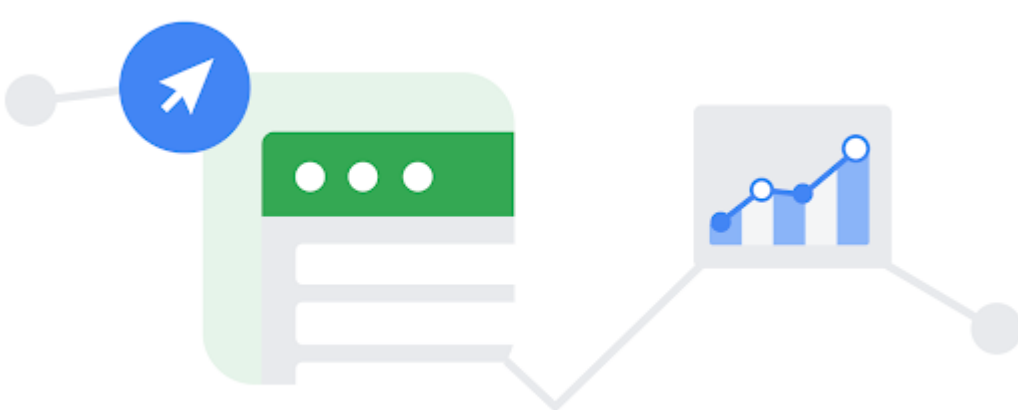
[Configura la solución](#)



Cómo empezar

Necesitas acceso de administrador al backend de tu sitio web, Google Ads, y Google Analytics 4. También tienes que comprobar si utilizas una plataforma de gestión del consentimiento y si tu banner de consentimiento permite bloquear las cookies.

[Configura la solución](#)



Mira un tutorial

Descubre cómo implementar el Modo de consentimiento para crear un plan de medición centrado en la privacidad. Empieza por ver este tutorial de Google Ads en YouTube.

[Miralo ahora](#)

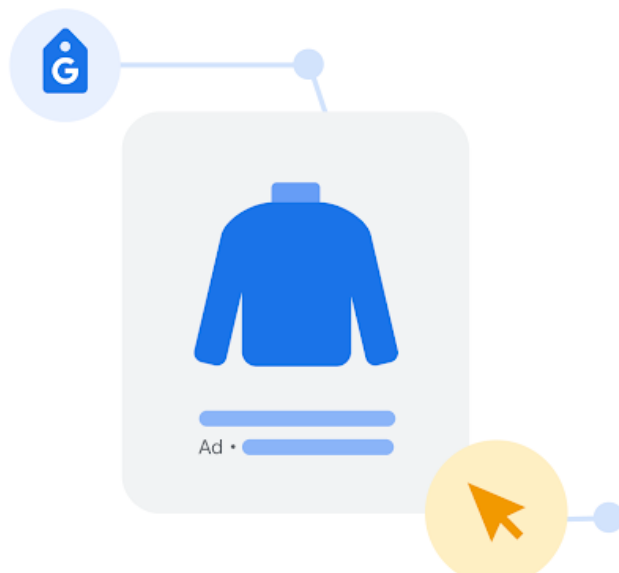


Las soluciones de Privacidad de Anuncios funcionan de forma conjunta

Estas soluciones publicitarias trabajan de forma coordinada para generar y utilizar los datos propios y que puedas optimizar el rendimiento de tus anuncios.

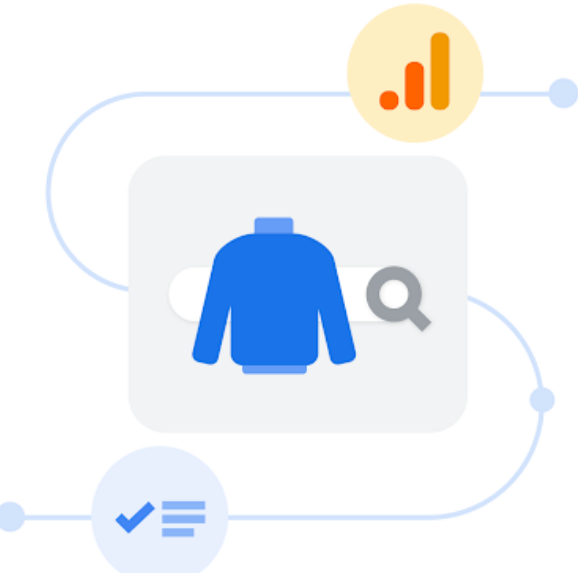
Un cliente hace clic en tu anuncio

El etiquetado en todo el sitio web coloca cookies propias en tu web para medir las conversiones visibles y las interacciones. Así, puedes ver qué palabras clave, anuncios, grupos de anuncios y campañas generan más interacciones.



Explora tu sitio web

Google Analytics 4 te ofrece una visión completa del recorrido de los clientes y utiliza IA de Google para ofrecerte información que te ayude a optimizar tu estrategia de marketing.



Hacer una compra

Conversiones mejoradas para web cierra las brechas para mejorar la precisión de tus conversiones, mientras que el Modo de consentimiento completa los datos que faltan si el cliente ha rechazado las cookies. Juntas, estas dos soluciones publicitarias te permiten conocer con solidez el rendimiento de tu campaña de anuncios.

