



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.

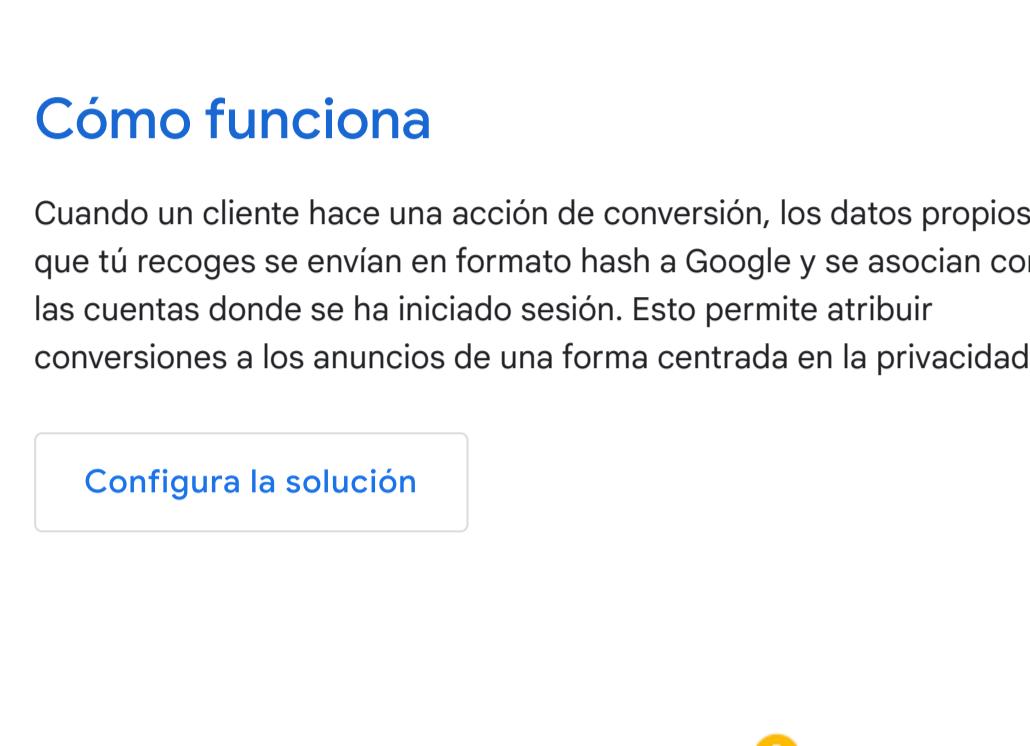
Tus respuestas muestran que puedes tomar medidas adicionales con un plan de medición que mejore la privacidad implementando estas soluciones publicitarias:

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.

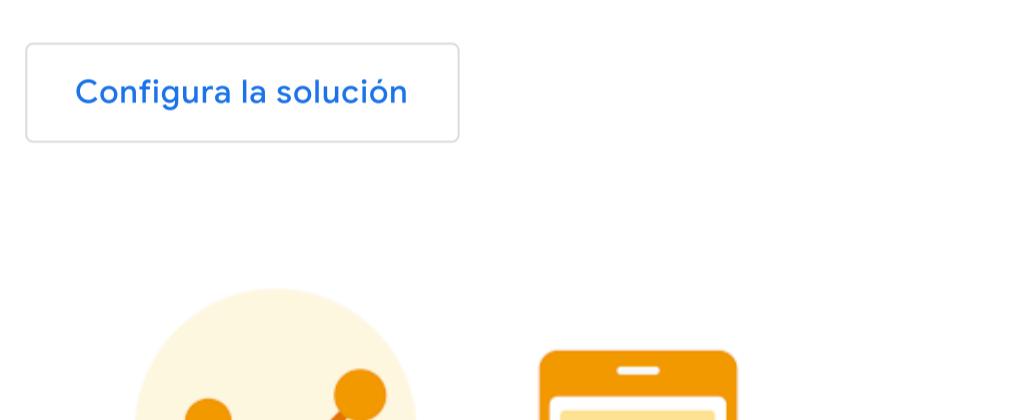
[Configura la solución](#)



Cómo 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](#)



Cómo funciona

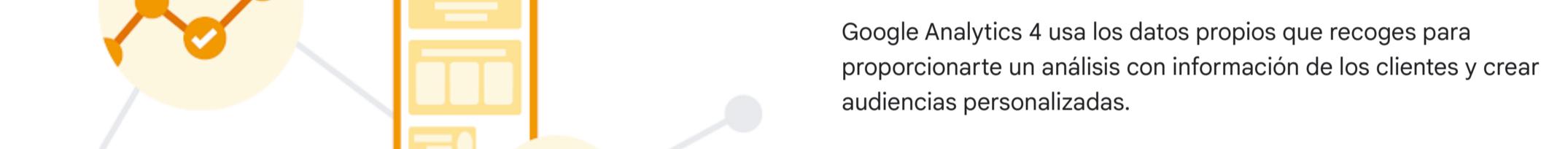
Cuando un cliente hace una acción de conversión, los datos propios que tú recoges se envían en formato hash a Google y se asocian con las cuentas donde se ha iniciado sesión. Esto permite atribuir conversiones a los anuncios de una forma centrada en la privacidad.

[Configura la solución](#)

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.

[Míralo ahora](#)



2. Configura Google Analytics 4

Qué ventajas tiene

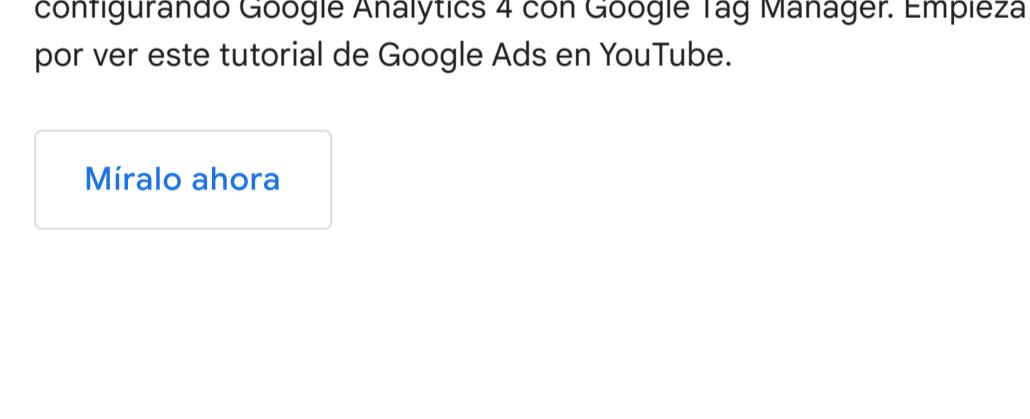
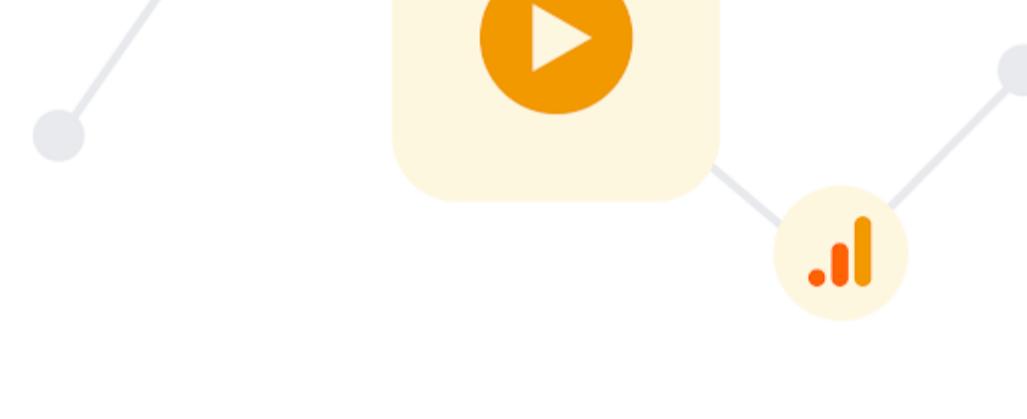
Google Analytics 4 utiliza IA de Google para ofrecerte información de tus clientes extraída de tus datos propios. Así, puedes obtener una visión completa de tus clientes y mejorar el retorno de la inversión de tus operaciones de marketing.

[Configura la solución](#)

Cómo funciona

Google Analytics 4 usa los datos propios que recoges para proporcionarte un análisis con información de los clientes y crear audiencias personalizadas.

[Configura la solución](#)



Cómo empezar

Necesitas acceso de administrador a tu sitio web y a Google Analytics. También debes contar con una lista de hasta cinco audiencias y eventos que quieras configurar.

[Configura la solución](#)

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.

Mira un tutorial

Descubre cómo obtener una visión completa de tu negocio configurando Google Analytics 4 con Google Tag Manager. Empieza por ver este tutorial de Google Ads en YouTube.

[Míralo ahora](#)



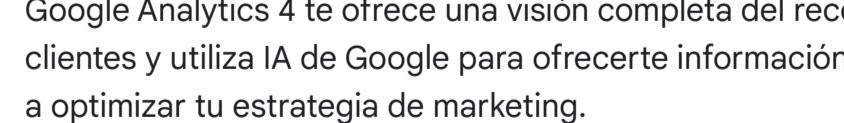
Explora tu sitio web

Google Analytics 4 te ofrece una visión completa del recorrido de los clientes y utilizarla para optimizar tu estrategia de marketing.

Mira un tutorial

Descubre cómo obtener una visión completa de tu negocio configurando Google Analytics 4 con Google Tag Manager. Empieza por ver este tutorial de Google Ads en YouTube.

[Míralo ahora](#)



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.

Mira un tutorial

Descubre cómo obtener una visión completa de tu negocio configurando Google Analytics 4 con Google Tag Manager. Empieza por ver este tutorial de Google Ads en YouTube.

[Míralo ahora](#)

