



Sitewide tagging

Registre todas las conversiones

Actualice el etiquetado a fin de que sus mediciones estén preparadas para el futuro

A medida que el sector de la publicidad evoluciona, las cookies de origen se convierten en un método más preciso para medir sus conversiones.

Además, las cookies de origen también posibilitan una integración más sencilla en muchos productos de Google y simplifica la administración de las etiquetas en su sitio web.



Las etiquetas en todo el sitio garantizan una medición precisa

La mejor manera de medir las conversiones en línea es mediante el uso de herramientas que puedan configurar las cookies en el mismo dominio de su sitio (conocidas como cookies de origen).¹



Las etiquetas para esas herramientas se deben usar en todo su sitio, **en cada una de las páginas**, para medir y optimizar su inversión en marketing digital.

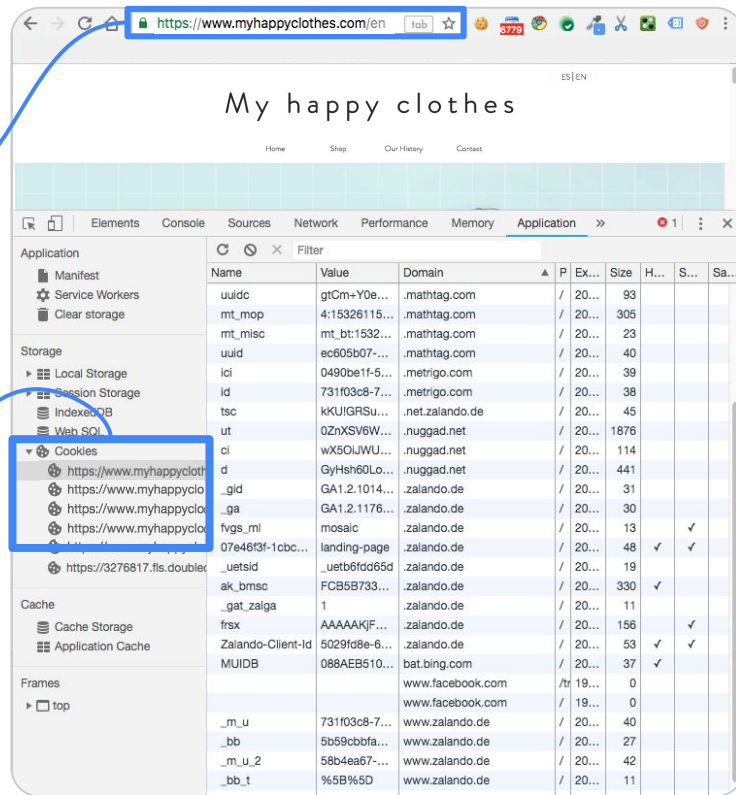
Conceptos básicos sobre las cookies

Domain

¿Con qué página está interactuando?
En este caso, con myhappyclothes.com.

Cookies

Son los archivos de texto en su computadora. Tiene un nombre, un valor, una fecha de vencimiento y un **dominio desde el que se envían y se pueden leer**.
P. ej., en este caso, es myhappyclothes.com.



Cookie basics

Cookies de terceros

Las cookies en las que el dominio es distinto del que está visitando. P. ej., en este caso, es semarley.com.

Tenga en cuenta que, cuando visita mathtag.com más adelante, podrían acceder a sus cookies, que se considerarán “de origen”.

Cookies de origen

Las cookies en las que el dominio es el mismo que está visitando.

En este caso, con myhappyclothes.com.

The screenshot shows a web browser window with a search bar at the top containing the text 'happy clothes'. Below the search bar, there are tabs for 'Shop', 'Our History', and 'Contact'. The main content area displays a table with search results. A blue box highlights the 'Domain' column in the table. The table has columns for 'Value', 'Domain', 'Ex...', 'Size', 'H...', 'S...', and 'Sa...'. The 'Domain' column lists various domains, including 'myhappyclothes.com', 'semarley.com', and 'happyclothes.com'. The 'Ex...' column shows values like '20...', '20...', '20...', etc. The 'Size' column shows values like '93', '305', '23', etc. The 'H...' column shows values like '1', '1', '1', etc. The 'S...' column shows values like '1', '1', '1', etc. The 'Sa...' column shows values like '1', '1', '1', etc.

Value	Domain	Ex...	Size	H...	S...	Sa...
gtCm+Y0e...	myhappyclothes.com	20...	93			
4:15326115...	myhappyclothes.com	20...	305			
mt_bt:1532...	myhappyclothes.com	20...	23			
ec605b07...	myhappyclothes.com	20...	40			
0490be1f-5...	myhappyclothes.com	20...	39			
731f03c8-7...	myhappyclothes.com	20...	38			
kkUIGRSu...	myhappyclothes.com	20...	45			
02NzXS6V...	myhappyclothes.com	20...	1876			
wXSQJWU...	myhappyclothes.com	20...	114			
GyHsh60Lo...	myhappyclothes.com	20...	441			
GA1.2.1014...	myhappyclothes.com	20...	31			
GA1.2.1176...	myhappyclothes.com	20...	30			
mosaic	myhappyclothes.com	20...	13		✓	
landing-page	myhappyclothes.com	20...	48	✓	✓	
_uetb8fdd65d	myhappyclothes.com	20...	19			
FCB5B733...	semarley.com	20...	330	✓		
1	semarley.com	20...	11			
AAAAAKJF...	semarley.com	20...	156		✓	
5029fd8e-6...	semarley.com	20...	53	✓	✓	
088AEB510...	semarley.com	20...	37	✓		
	semarley.com	19...	0			
	semarley.com	19...	0			
731f03c8-7...	semarley.com	20...	40			
5b59cbfba...	semarley.com	20...	27			
58b4ea67...	myhappyclothes.com	20...	42			
%5B%5D	myhappyclothes.com	20...	11			

Beneficios del etiquetado en todo el sitio



Adaptación a los
cambios/Preparado
para el futuro



Seguimiento de
conversiones preciso



Integración más rápida
y fácil en otros
productos de Google

Elija una de las soluciones de Google para el etiquetado en todo el sitio

The logo for gtag, consisting of the lowercase letters 'gtag' in a bold, dark grey sans-serif font.

Etiqueta global del sitio

Etiqueta de conversión de Google Ads actualizada. Se implementa en cada página



Google Tag Manager

Con seguimiento de conversiones de Google Ads/Floodlight + Vinculador de conversiones o Google Analytics



Google Analytics

Con la importación de los objetivos o las transacciones en Google Ads o el seguimiento de conversiones de Google Ads con Analytics vinculado

Requisitos de todas las soluciones



Use siempre el etiquetado automático y JavaScript completo (no solo de imágenes)



Si se usan seguidores de clic en la URL, asegúrese de que el GCLID* siga funcionando

*ID de clic de Google



No active la etiqueta desde un iframe o a través de piggybacking

¿Cómo decidir qué solución debería usar?

¿Cómo mide sus conversiones?

La solución más simple

1

1) **Objetivos o transacciones importadas de Google Analytics** o
2) **Conversiones sin conexión** (CRM importado)
como la **única** fuente de información

No debe realizar ninguna acción

2

Con **Google Tag Manager** para **Google Ads** o las
etiquetas de Floodlight

Use **Google Tag Manager** con
Google Ads o las **etiquetas de Floodlight**
+ **Vinculador de conversiones**



3

Con **el seguimiento de conversiones de Google Ads** o las **etiquetas de Floodlight**
(Google Marketing Platform)

Instale las etiquetas **gtag.js**

gtag.js

Solución alternativa: Si **Google Analytics** ya está implementado en el sitio
y usa el **seguimiento de conversiones de Google Ads**

Vincule las cuentas de Google Ads y de Google Analytics

* Esta solución no funciona con las etiquetas de Floodlight



Google Tag Manager

Instrucciones de implementación de la etiqueta **Vinculador de conversiones**

Antes de comenzar

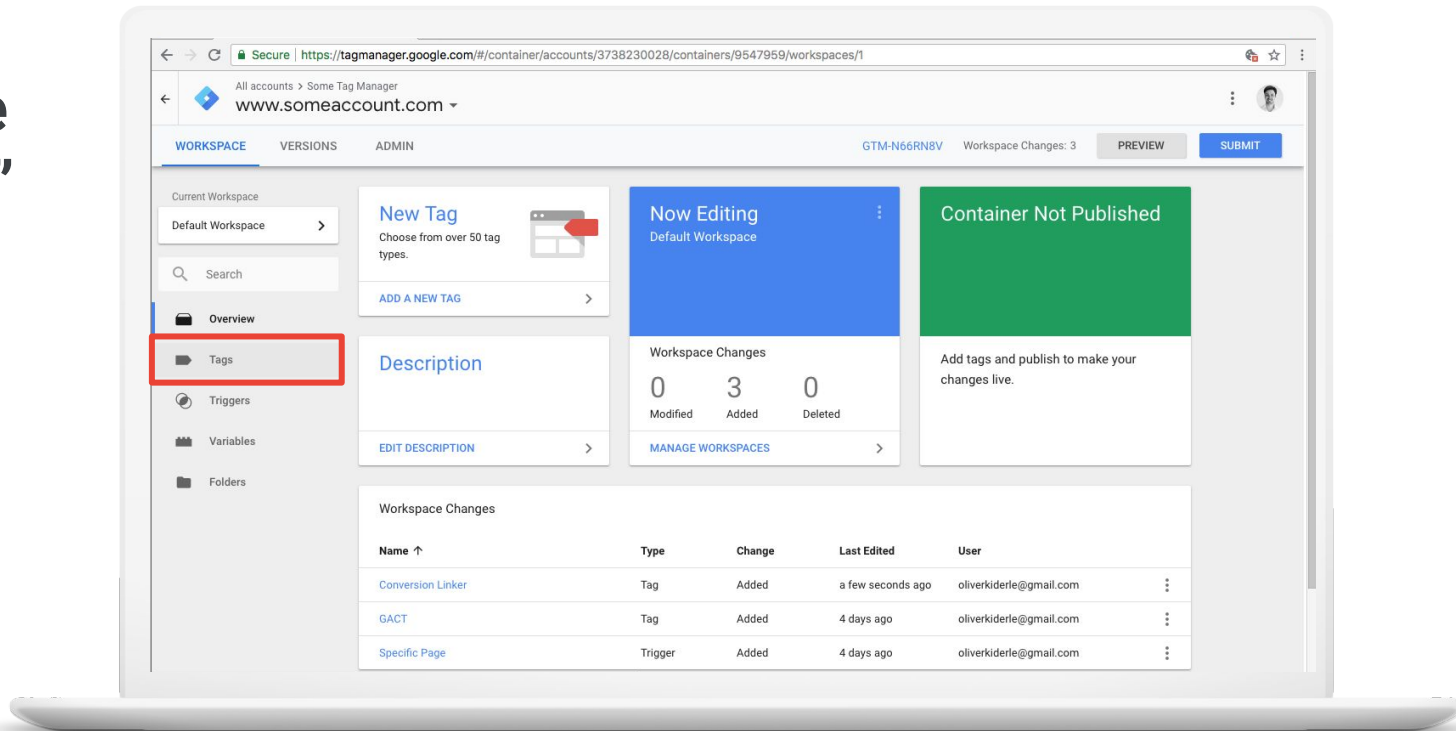
Debe cumplir con los siguientes
prerrequisitos:

- Debe contar con Google Tag Manager ya configurado en su sitio.
- Todas las etiquetas del seguimiento de conversiones deben estar activadas con Google Tag Manager.
- Debe verificar que la etiqueta del vinculador de conversiones esté configurada para cargarse en todas las páginas.

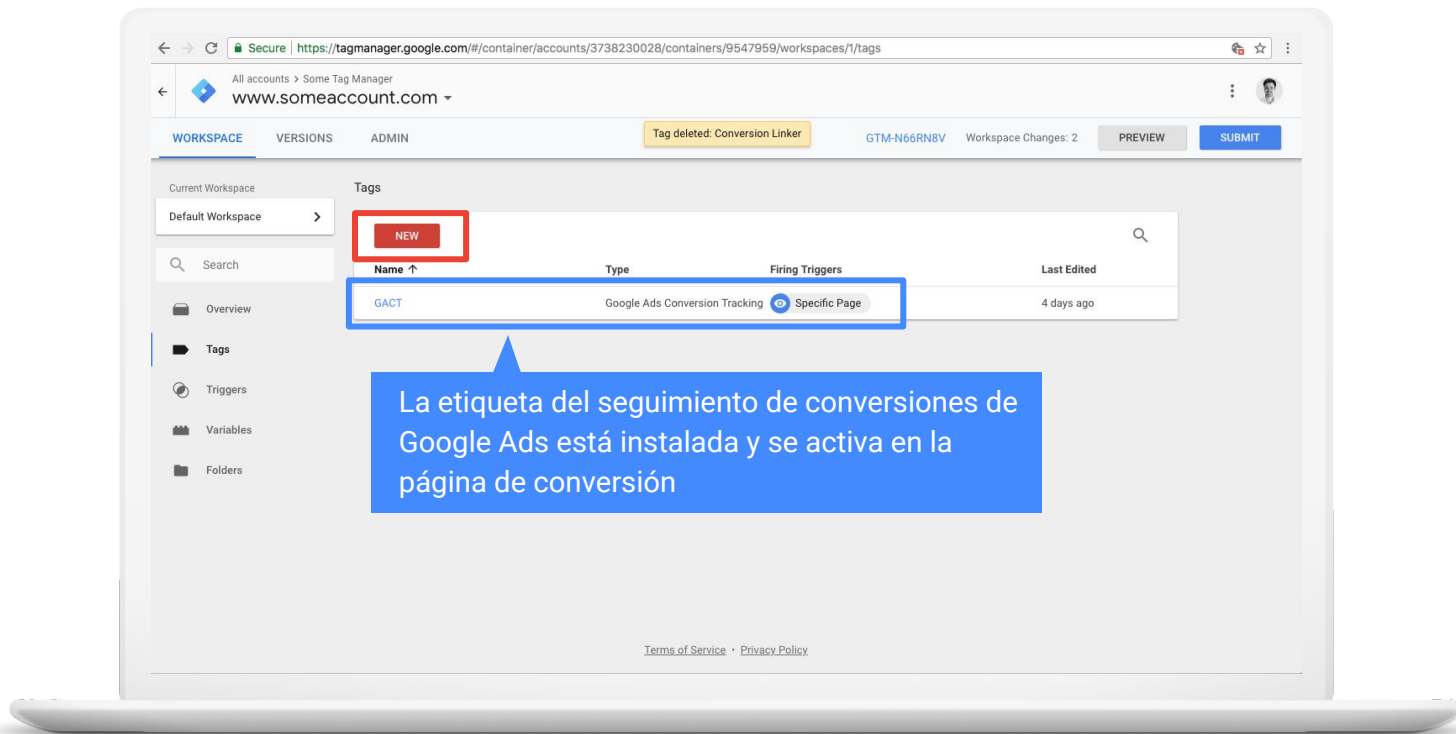


Si la etiqueta del vinculador de conversiones no está configurada para cargarse, siga estos pasos:

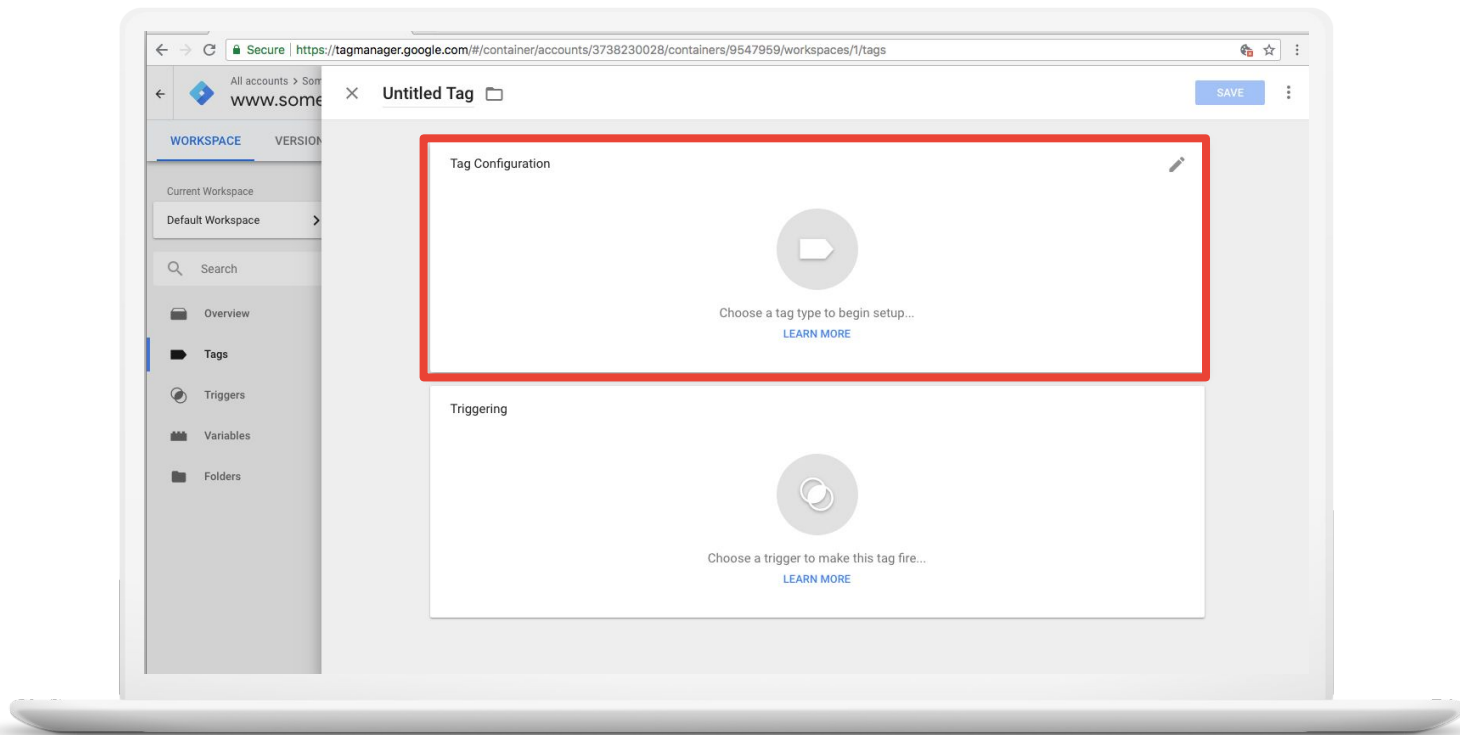
Seleccione “Etiquetas”



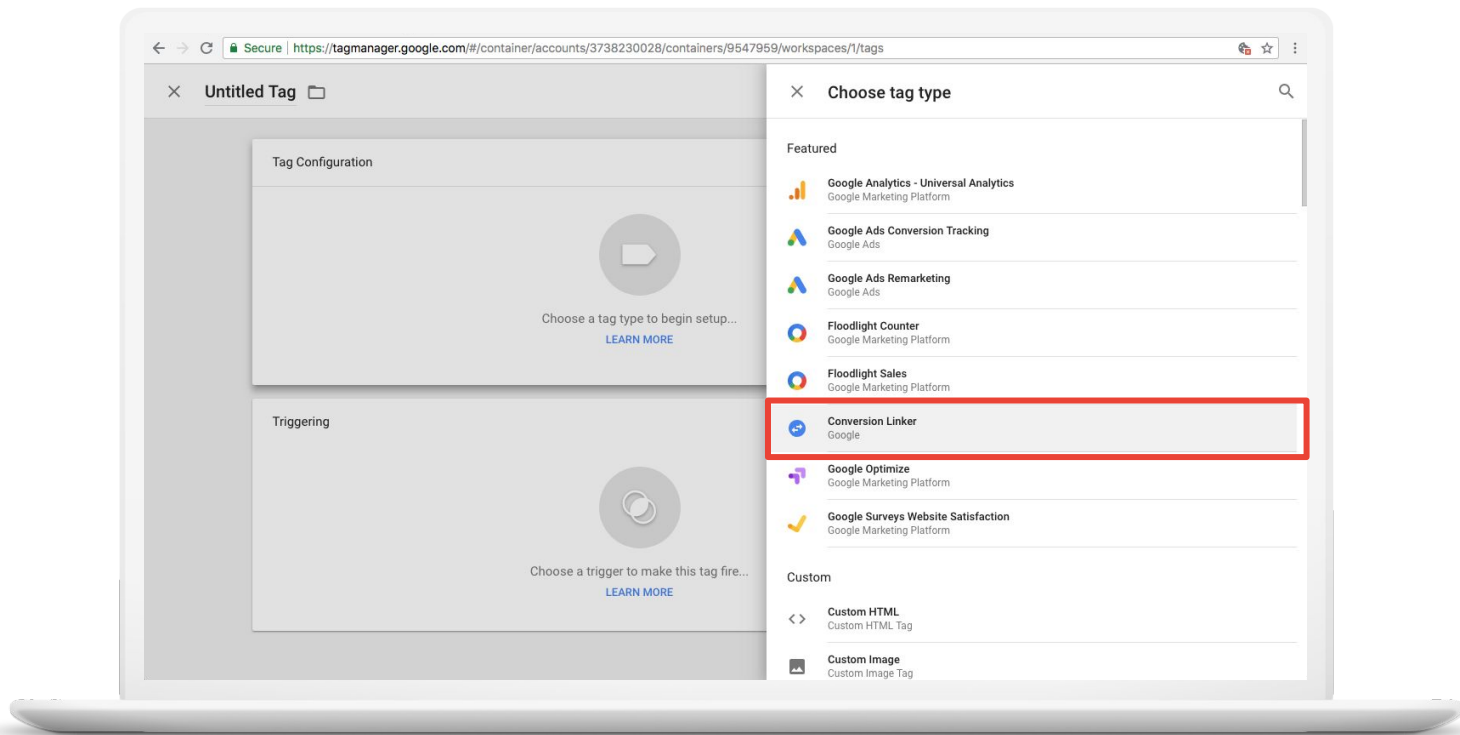
Seleccione “Nueva”



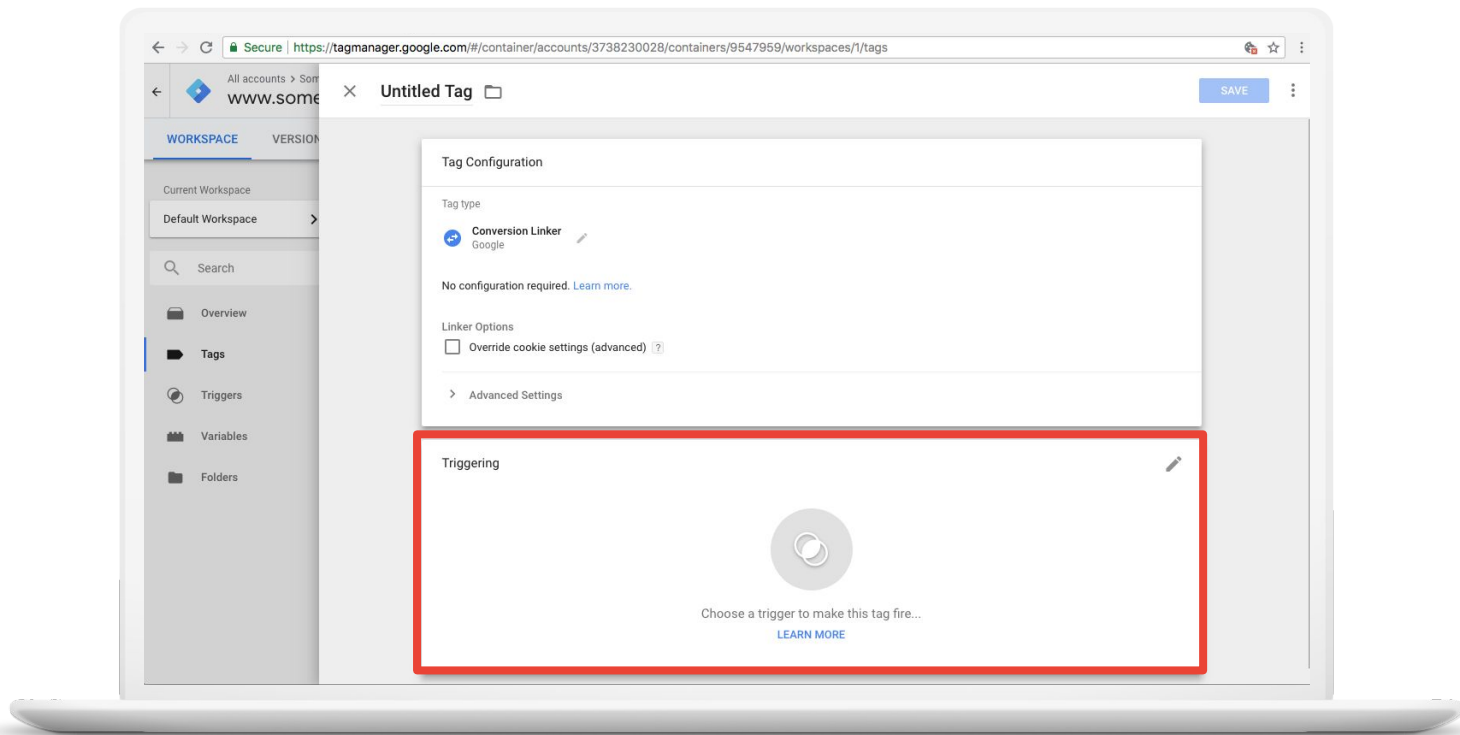
Edite “Configuración de la etiqueta”



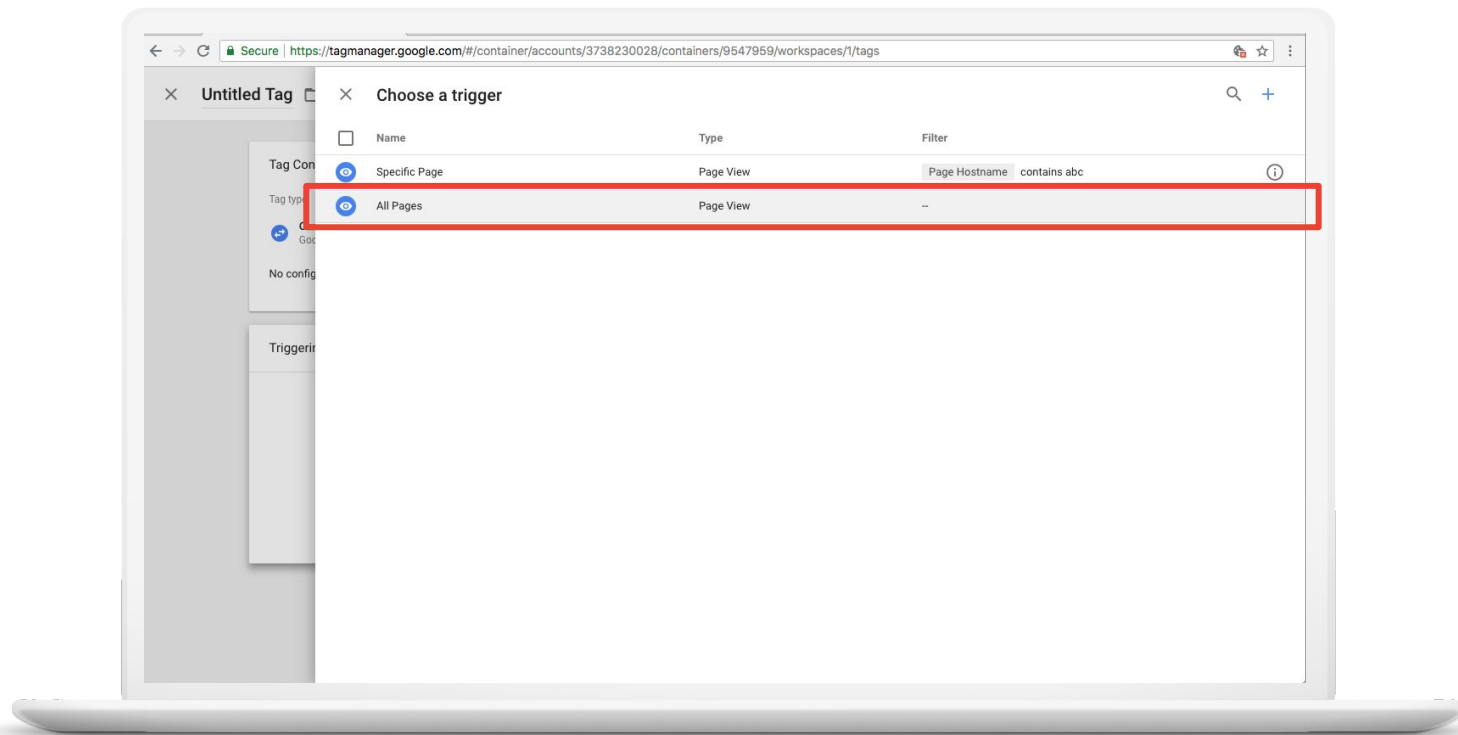
Seleccione la opción “Vinculador de conversiones”



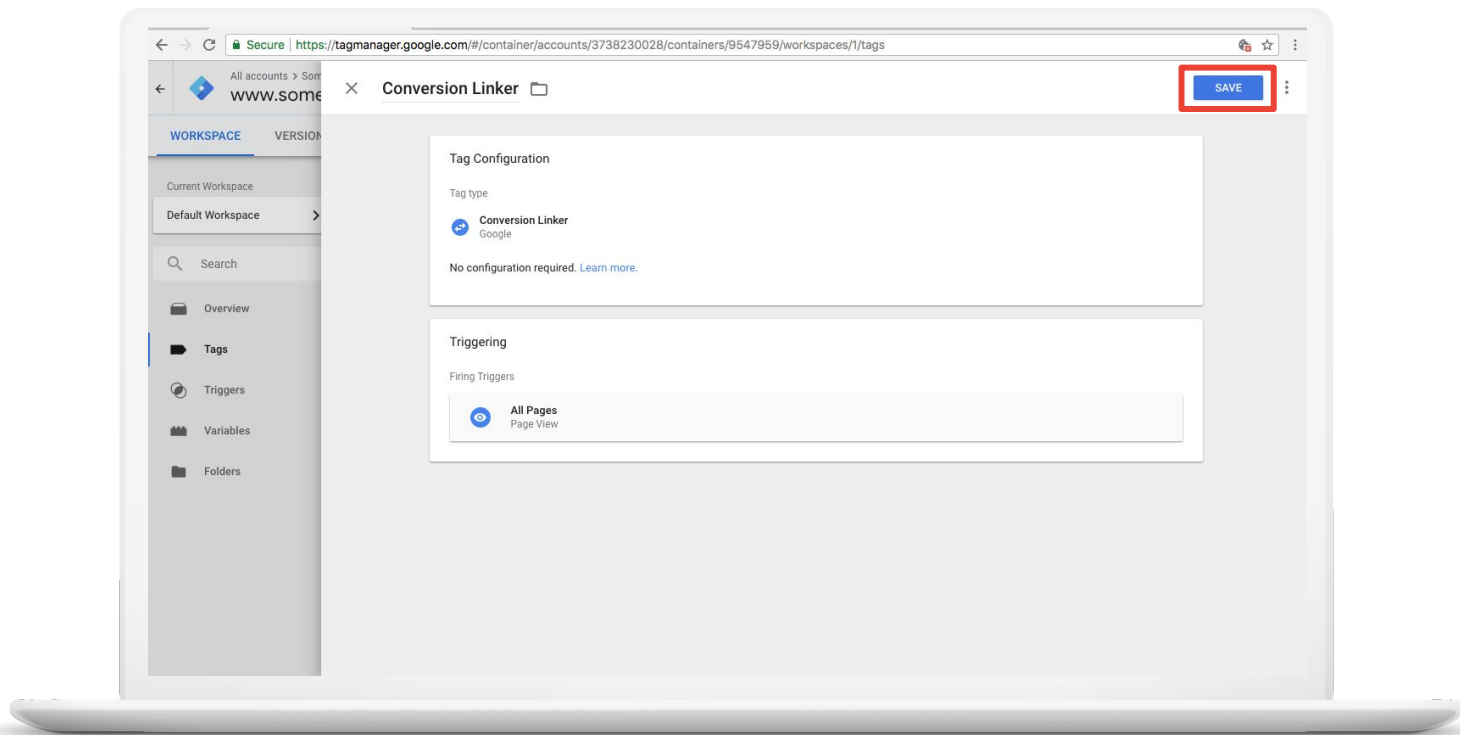
Edite el “Activador”



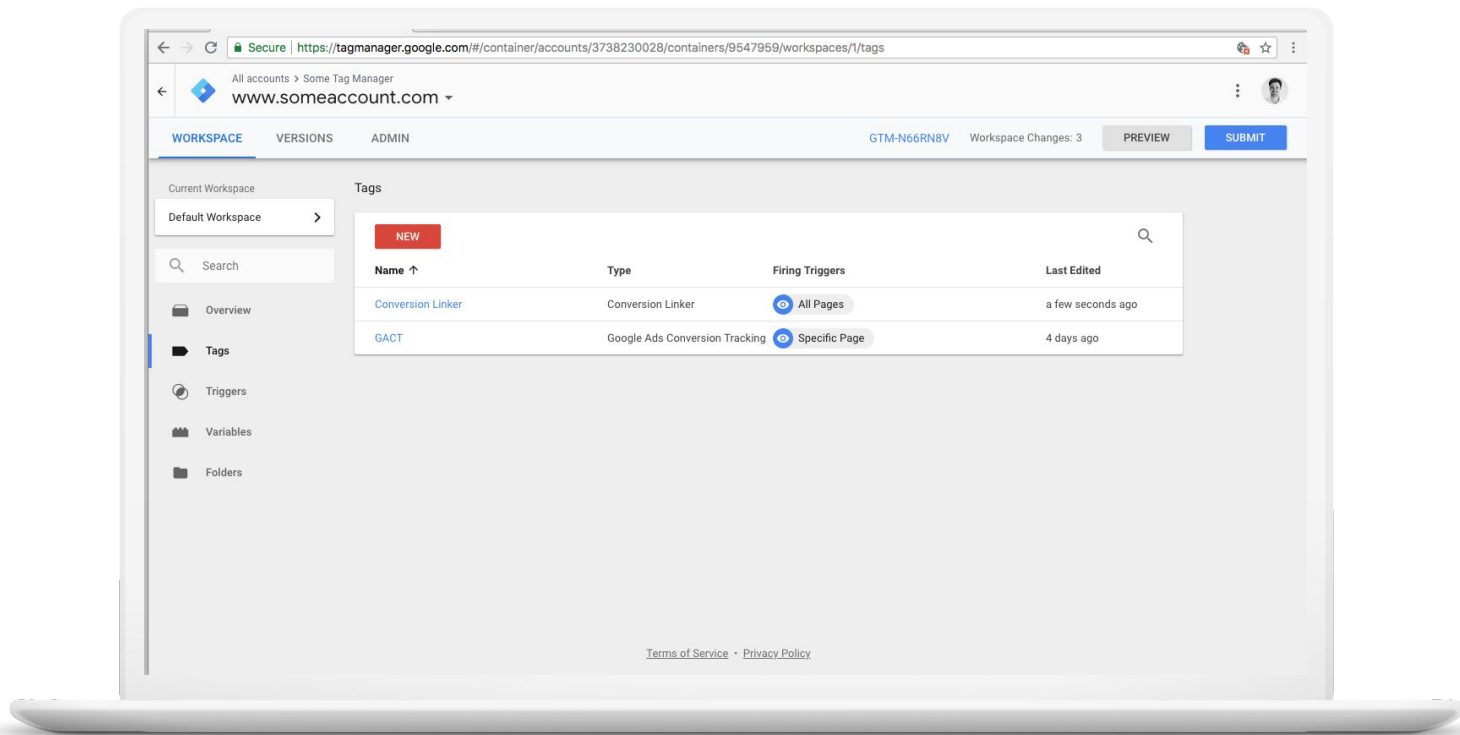
Seleccione “Todas las páginas”



Guarde los cambios



Publique este cambio en su sitio





gtag.js

Instrucciones de implementación

Antes de comenzar

Debe cumplir con los siguientes
prerrequisitos:

- Tener una etiqueta global del sitio en la configuración de cada cuenta de Google Ads, Google Analytics o Floodlight. Esta etiqueta debe estar implementada en *todas las páginas* de su sitio.
- Tener una etiqueta de evento para cada acción de conversión en el sitio web de la que desee hacer un seguimiento.



Implementación: etiqueta global del sitio

1 Primero, implemente la etiqueta global del sitio.

Consulte cómo crear una etiqueta gTag en su cuenta:

[Google Ads](#) | [Display & Video 360](#) | [Search Ads 360](#) | [Google Analytics](#)

1

Pegue gTag entre las etiquetas `<head></head>` de cada página en su sitio web.

2

Únicamente debe instalar la etiqueta global del sitio una vez por cuenta, incluso si hace un seguimiento de varias acciones de conversión.

3

La configuración de esta etiqueta establece una cookie en su dominio, que almacenará información sobre el clic en el anuncio que trajo a un usuario a su sitio.

4

No se olvide de brindarles **información clara y completa** a los usuarios sobre la recopilación de los datos y de obtener su consentimiento si es un requisito legal.

Ejemplo: etiqueta global del sitio

```
<!-- Global Site Tag (gtag.js) - AdWords account: 123-123-1234 -->
<script async
src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=AW-123456789"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments)};
  gtag('js', new Date());

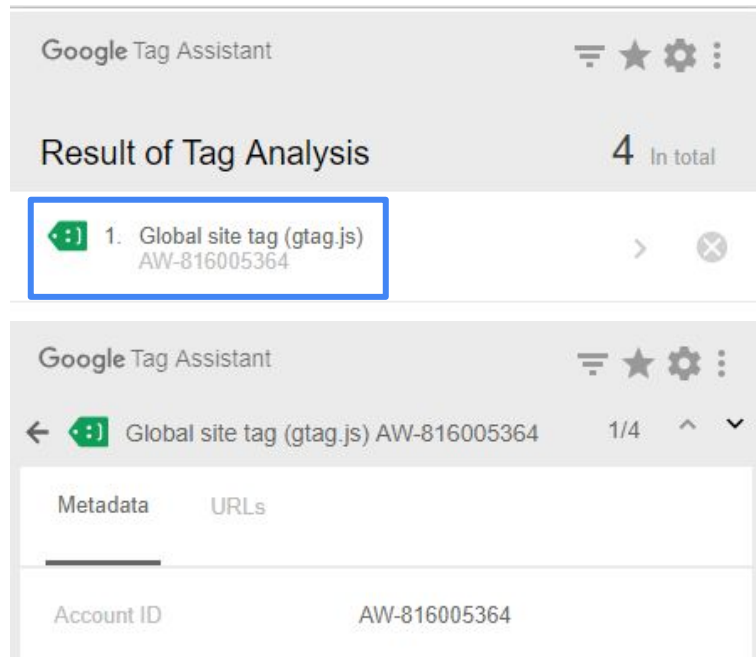
  gtag('config', 'AW-123456789');
</script>
```

Verificación: etiqueta global del sitio

Las etiquetas se pueden validar con la extensión [Google Tag Assistant](#) (GTA) para Chrome.

Habilite la extensión y actualice su página.

Si se implementa correctamente, la etiqueta global del sitio aparecerá como una etiqueta de remarketing. Esa etiqueta mostrará un ID de conversión (no una etiqueta) cuando hace clic en ella en GTA.



Implementación: etiquetas del evento de conversión

2 La **etiqueta de evento** permite que los clientes especifiquen qué páginas de su sitio web se deben seguir como conversiones

1

Debe **reemplazar** cada etiqueta de conversión heredada en su sitio con una **etiqueta de evento**.

2

Asegúrese de quitar la etiqueta heredada para evitar que se duplique el recuento.

3

Las etiquetas del evento se deben ubicar entre las etiquetas **<head></head>** de las páginas para las que desea hacer un seguimiento, justo después de la etiqueta global del sitio.

Etiqueta de evento de ejemplo

Esta es la apariencia de una etiqueta de evento:

```
<script>
  gtag('event', 'conversion', {'send_to': 'AW-123456789/eXample_12345Replace',
    'value': 1.00,
    'currency': 'USD'
  });
</script>
```



NOTA: De forma opcional y para hacer un seguimiento del valor o de la moneda de las conversiones, los clientes pueden insertarlas dinámicamente en la etiqueta de manera similar a como lo hace con la etiqueta de píxel.

Verificación: etiqueta de evento

Las etiquetas se pueden validar con

[Google Tag Assistant](#).

Habilite la extensión y actualice su página.

Si se implementa correctamente, la etiqueta de evento aparecerá en el seguimiento de conversiones de Google Ads y mostrará una etiqueta de conversión cuando hace clic en ella en GTA.

Google Tag Assistant

Result of Tag Analysis 2 In total

1. Remarketing Tag
953774234
2. AdWords Conversion Tracking
953774234

Google Tag Assistant

AdWords Conversion Tracking 953774234 2/2

Metadata	Remarketing Validation
Conversion ID	953774234
Conversion Label	PbLfcND1qm4QmuHlxgM

Sugerencias para implementar la etiqueta de evento Onclick

```
<script>
function gtag_report_conversion(url) {
  var callback = function () {
    if (typeof(url) != 'undefined') {
      window.location = url;
    }
  };
  gtag('event', 'conversion', {
    'send_to': 'AW-928132361/wKHmCKzLtboHEPelt8X8____wE',
    'event_callback': callback
  });
  return false;
}
</script>

<a href="http://www.google.com"
  onclick="return gtag_report_conversion('http://www.google.com')">
  Click here!
</a>

<a href="http://www.google.com"
  onclick="gtag_report_conversion()" target="_blank">
  Click here!
</a>
```

La etiqueta de evento dentro de una función apta para usar como un controlador de clics, con una función de devolución de llamada opcional para redireccionar al usuario a una página de destino. El redireccionamiento solo se produce si se pasa una URL como un argumento de gtag_report_conversion()

Ejemplo de una etiqueta <a> con un agente de escucha del evento Onclick para activar una conversión y redireccionar al usuario a la página de destino.

Ejemplo de una etiqueta <a> con un agente de escucha del evento Onclick para activar una conversión y redireccionar al usuario a la página de destino en una pestaña nueva.

Google Analytics

Instrucciones de implementación para la vinculación con Google Ads

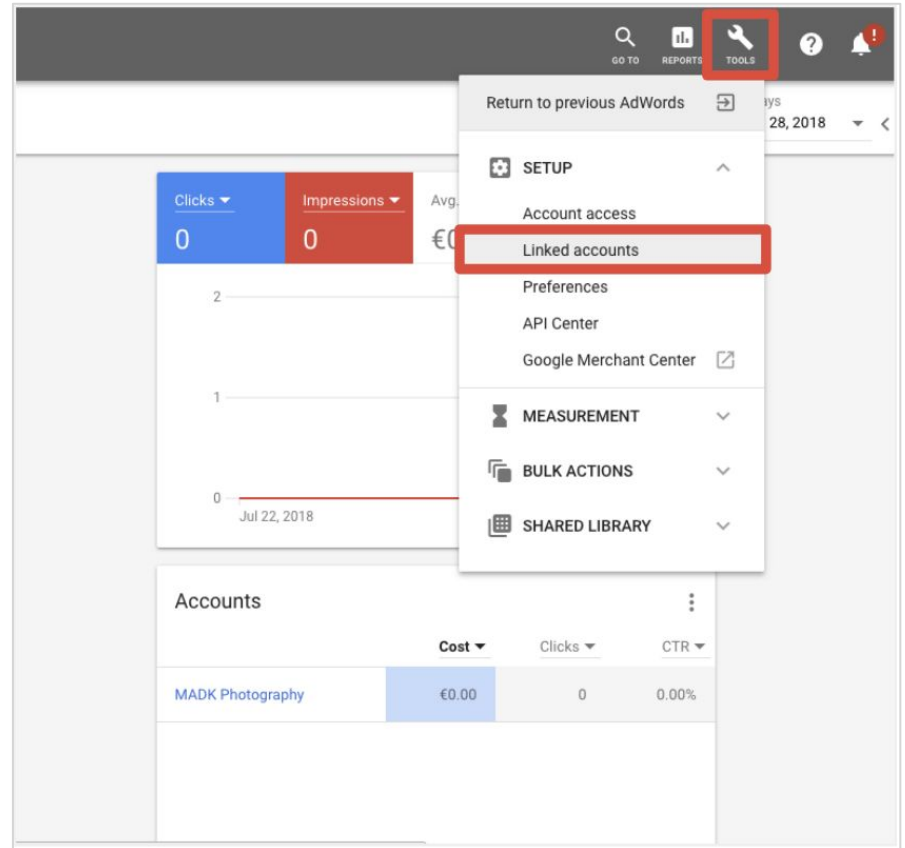
* Tenga en cuenta que esta solución solo funciona para el seguimiento de conversiones de Google Ads y no para las etiquetas de Floodlight

Antes de comenzar






- No quite el código de JavaScript de forma manual de la etiqueta del seguimiento de conversiones para una implementación de **“solo píxeles”**.
- **Vincule su propiedad de Google Analytics activa** a la cuenta de Google Ads que posee las acciones de conversión en su sitio web.
- Las etiquetas de Analytics deben estar en el **mismo dominio** que las etiquetas de seguimiento de conversiones de Google Ads.
- Consulte la **guía de solución de problemas** si tiene inconvenientes.



Acceda a su cuenta de Google Ads en la que esté configurado el seguimiento de conversiones y seleccione “Herramientas”




Haga clic en “Detalles”

 Google Analytics <p>Gain insight into the actions people take on your website after an ad click or impression. Import site engagement metrics, track Analytics goals and transactions as conversions, and import Analytics remarketing audiences.</p> <p>DETAILS</p>	 Google Firebase <p>See how your ad campaigns affect app installs and in-app actions for your Android and iOS apps. Use Firebase audiences to create mobile app remarketing lists, and see Google Ads cost data in Firebase.</p> <p>DETAILS</p>
 Google Play <p>Create remarketing lists based on current users of your app. Track in-app purchases as conversions to gain insight into which ads drive action.</p> <p>DETAILS</p>	 Salesforce® <p>Measure how your online ads drive offline conversions by importing sales funnel data from your Salesforce Sales Cloud accounts.</p> <p>DETAILS</p>
Third-party app analytics <p>Link a third-party app analytics provider or your own software development kit (SDK) to your Google Ads account to see user lists and conversions for your Android and iOS apps.</p>	 Google Hotel Ads Center <p>Share your Google Ads audience lists with a Hotel Ads Center account. You can choose a bid adjustment for the audience lists in Hotel Ads Center.</p>

Seleccione la propiedad de Analytics y haga clic en “Vincular”

[Linked accounts](#) > **Google Analytics** ✕



Turn on Google Optimize sharing for 1 managed account
Share your Google Ads data with Optimize accounts that are linked to the same Analytics properties as this Google Ads account. This will enable features like landing page testing, personalization, and reporting. [Learn more](#)

[TURN ON GOOGLE OPTIMIZE SHARING](#)

Select the Analytics properties you want to link to Google Ads. [Learn more](#)

Auto-tagging is turned off for 1 client.
You'll need to enable auto-tagging to allow Analytics to associate website sessions with Google Ads ad clicks. No setup is necessary. [Learn more](#)

[ENABLE FOR THIS CLIENT ACCOUNT](#)

Analytics property	Status	Views	Goals	Audiences	Actions
GA Account 1 UA-12345678-1	Not linked				LINK
GA Account 2 UA-12345678-2	Not linked				LINK
GA Account 3 UA-12345678-3	Not linked				LINK

Seleccione las vistas que desea vincular con Google Ads

Linked accounts > Google Analytics

Turn on Google Optimize sharing for 1 managed account

Share your Google Ads data with Optimize accounts that are linked to the same Analytics properties as this Google Ads account. This will enable features like landing page tests.

ON GOOGLE OPTIMIZE SHARING

Select the Analytics properties you want to link to Google Ads.

Auto-tagging is turned off. You'll need to enable auto-tagging to link accounts.

ENABLE FOR THIS CLIENT ACCOUNT

Analytics Account 1
UA-12345678-1

To link this property, select which views to link to Google Ads. You can also choose to import site metrics from 1 view.

Views Link Import site metrics

Analytics Account 1 ☒ ☐

CANCEL SAVE

Analytics property	Status	Views	Goals	Audiences	Actions
GA Account 1 UA-12345678-1	Not linked				LINK
GA Account 2 UA-12345678-2	Not linked				LINK
GA Account 3 UA-12345678-3	Not linked				LINK

Conclusión

Elija una de las soluciones de Google para el etiquetado en todo el sitio

gtag

Etiqueta global del sitio

Etiqueta de conversión de Google Ads actualizada. Se implementa en cada página



Google Tag Manager

Con seguimiento de conversiones de Google Ads/Floodlight + Vinculador de conversiones o Google Analytics



Google Analytics

Con la importación de los objetivos o las transacciones en Google Ads o el seguimiento de conversiones de Google Ads con Analytics vinculado

Gracias