

# Medição centrada na privacidade

## Guia de implementação



Índice



Como implementar o One Google Tag

[SAIBA MAIS](#)



Como implementar as conversões otimizadas

[SAIBA MAIS](#)

# Como implementar: One Google Tag



A tag global do site é uma biblioteca de inclusão de tags na Web que funciona em todo site nos produtos de medição de conversão do Google. Isso facilita a implementação e permite que você tenha mais controle.



Integração mais fácil e rápida com outros produtos do Google.



Medição preparada para o futuro com menos dependência de cookies de terceiros.



Acompanhamento de conversões mais preciso.

## Pré-requisitos:

1

Se possível, ative a [codificação automática](#) nas contas do Google Ads.

2

Se você usar rastreadores de cliques para acompanhar URLs ou o redirecionamento interno nas páginas de destino, encaminhe o GCLID a essas páginas.

3

Não dispare tags de um iframe. **Exemplo:** usando outra tag de acompanhamento.

## Escolha o produto certo do One Google Tag:



### Tag global do site

A tag global do site pode ser usada como uma opção mais simples para entender as conversões de mídia paga. Ela funciona com o [Google Ads](#), [produtos de publicidade do Google Marketing Platform](#) e o [Google Analytics](#).

#### Implementação:

1. Na conversão do Google Ads, clique em **Configuração de tags**.
2. Selecione **instalar a tag por conta própria**.
3. Selecione a tag global do site que você quer implementar.
4. Adicione a tag global do site **no cabeçalho de todas as páginas**.



### Gerenciador de tags do Google

O Gerenciador de tags do Google pode ser usado como uma ferramenta mais abrangente para gerenciar suas tags de conversão por uma interface da Web. Ele funciona com todas as tags do Google e de outras empresas. Se você já estiver usando o Gerenciador de tags, não será necessário fazer alterações na sua página. Basta adicionar a [tag do Vinculador de conversões](#) na interface do Gerenciador de tags e configurar o disparo dela em todas as páginas.

#### Implementação:

1. No contêiner do Gerenciador de tags do Google, clique para adicionar uma **nova tag**.
2. Clique em **Configuração de tag** e selecione o tipo de tag Vinculador de conversões.
3. Clique em **Acionamento** e selecione um acionador que permita disparar a tag em **todas as páginas**.\* Se você estiver aprendendo a usar o Gerenciador de tags do Google, [clique aqui para saber como começar](#).



Saiba mais

- [Central de Ajuda do Google Ads](#)
- [Faça com que cada conversão importe](#)

- [Crie uma tag global do site](#)
- [Adicione a tag de acompanhamento de conversões no site](#)



# Como implementar as conversões otimizadas

## Resumo da implementação de conversões otimizadas

### 1 Assinar os Termos de Serviço

Na interface do Google Ads, acesse a página de conversões e **clique na ação de conversão**. Quando as conversões otimizadas são ativadas pela primeira vez, o anunciante precisa marcar a caixa e concordar com os Termos de Serviço. Depois de ler os termos, é preciso clicar em "Aceitar".

### 2 Insira o domínio para detectar o tipo da tag (gTag ou GTM):

Após ler e assinar os Termos de Serviço, será preciso inserir o domínio, que será escaneado para saber qual tag está configurada. Esse processo é necessário para saber se a gTag ou o GTM está sendo usado para acompanhar conversões, já que a implementação de cada uma será diferente.

### 3 Escolha o método de implementação: automática ou manual

A configuração automática é a solução mais fácil, mas está disponível em pouquíssimos casos, ou seja, a grande maioria das pessoas vai implementar as conversões otimizadas manualmente.



### 4 Validar a implementação:

72 horas após a implementação, vai aparecer no Google Ads a aba "Diagnóstico", em que é possível validar se a conversão otimizada está funcionando.

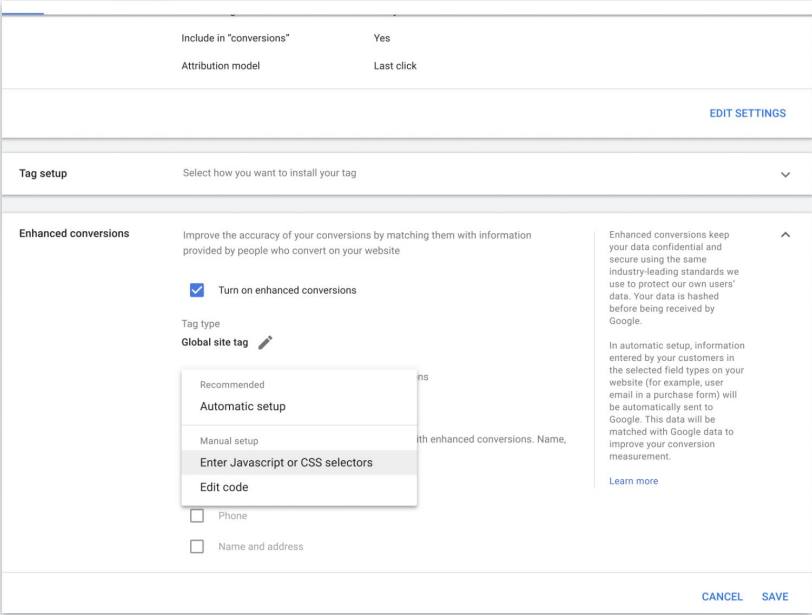
# Como implementar as conversões otimizadas manualmente com a gtag?

Se o seu cliente não tem qualificação para usar a configuração automática, a opção é escolher uma das duas implementações manuais para quem acompanha conversões com a gTag.

## Etapa 1: assinar os Termos de Serviço e inserir o domínio

Na interface do Google Ads, acesse a página de conversões e clique na ação de conversão. Quando as conversões otimizadas são ativadas pela primeira vez, o anunciante precisa marcar a caixa e concordar com os Termos de Serviço. Depois, o site dele é checado para identificar a tag que está configurada. Neste caso, o padrão é a tag global do site.

## Etapa 2: implementar as conversões otimizadas editando o código da gTag ou inserindo seletores de JavaScript ou de CSS



✔ **Editar o código:** os anunciantes precisam adicionar um snippet de código no site para enviar dados de clientes com hash para correspondência. A equipe de suporte consegue trabalhar

✔ **Escolher seletores de JavaScript ou de CSS:** Selecione pelo menos uma informação, como e-mail, endereço ou telefone, que a pessoa queira enviar com as conversões otimizadas diretamente na IU do Google Ads.



Recursos para ajudar anunciantes a implementar manualmente as conversões otimizadas com a gTag:

- [\[Artigo da Central de Ajuda\] Configurar manualmente as conversões otimizadas usando a gTag](#)
- [\[Tutorial em vídeo\] Configurar as conversões otimizadas no GTM usando um seletor de CSS](#)

(O foco é o GTM, mas o tutorial do seletor de CSS vai usar a mesma metodologia que os seletores de CSS para a gTag.)

# Como implementar as conversões otimizadas **manualmente** com o Gerenciador de tags do Google?

Se o seu cliente não tem qualificação para usar a configuração automática, a opção é escolher uma das duas implementações manuais para quem acompanha conversões com a gTag.

## Etapa 1: assinar os Termos de Serviço e inserir o domínio

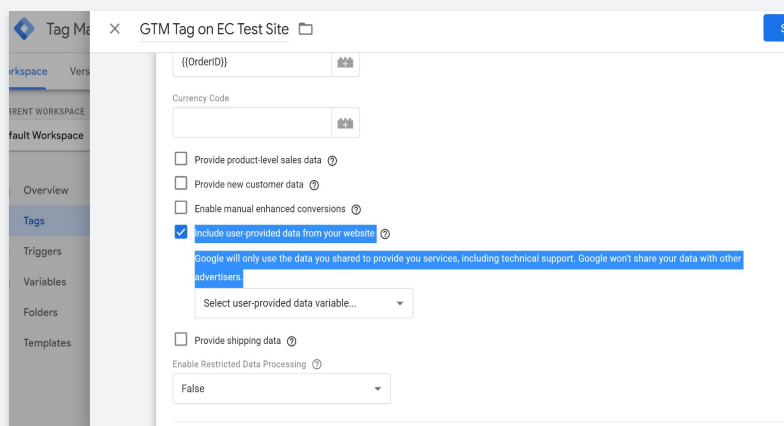
Na interface do Google Ads, acesse a página de conversões e clique na ação de conversão. Quando as conversões otimizadas são ativadas pela primeira vez, o anunciante precisa marcar a caixa e concordar com os Termos de Serviço. Depois, o site dele é escaneado para verificar qual tag está configurada. Neste caso, o padrão é o Gerenciador de tags do Google.



### Observação

Depois da aceitação dos Termos de Serviço, **pode levar até cinco dias úteis** para as conversões otimizadas serem ativadas na conta do Gerenciador de tags do Google.

## Etapa 2: implementar as conversões otimizadas inserindo as variáveis JavaScript ou os seletores de CSS



- ✓ **Seletores de CSS:** esta é a maneira mais fácil de implementar porque geralmente não é preciso fazer mudanças nos códigos.
- ✓ **Variáveis JavaScript:** quase nenhuma mudança nos códigos. Este método é útil se os dados do cliente não estiverem disponíveis na página de conversão, além de não exigir muitas mudanças nos códigos.



Recursos para ajudar anunciantes a implementar manualmente as conversões otimizadas com o GTM:

- [\[Artigo da Central de Ajuda\] Configurar manualmente as conversões otimizadas usando o GTM](#)
- [\[Tutorial em vídeo\] Configurar as conversões otimizadas no GTM usando um seletor de CSS](#)

# Como implementar conversões otimizadas usando a configuração automática?

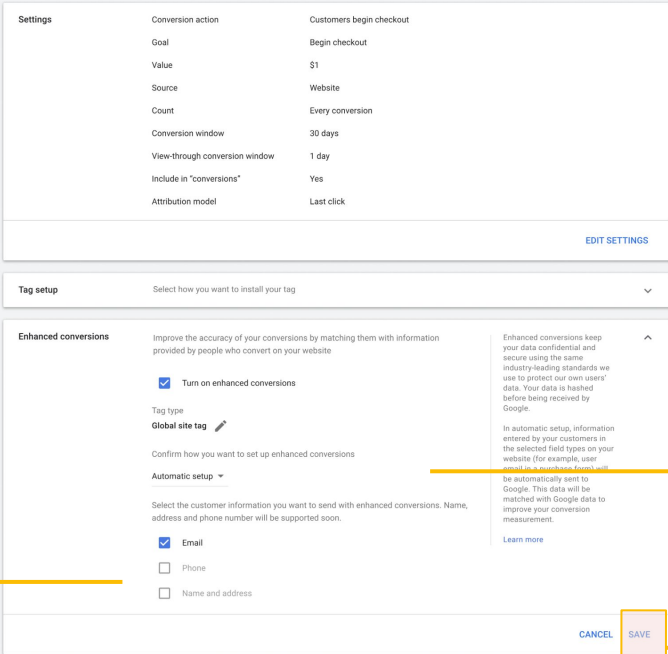
A configuração automática com a gTag é a maneira mais fácil e rápida de implementar conversões otimizadas porque não é preciso fazer mudanças na GTag nem no GTM. A configuração automática está disponível a pouquíssimos clientes do GCS.

## Etapa 1: assinar os Termos de Serviço e inserir o domínio

Na interface do Google Ads, acesse a página de conversões e clique na ação de conversão. Quando as conversões otimizadas são ativadas pela primeira vez, o anunciante precisa marcar a caixa e concordar com os Termos de Serviço. Depois, o site dele é checado para verificar qual tag está configurada.

## Etapa 2: Para a tag global do site: concluir a configuração na interface do Google Ads

Se a pessoa for qualificada e estiver usando uma tag de site do Google, a configuração padrão é a automática, em que o e-mail já vem selecionado. Você pode adicionar outros tipos de informação do cliente ou salvar o status padrão.



Por enquanto, apenas "E-mail" está disponível. No futuro, opções de endereço e número de telefone serão oferecidas.

A configuração automática é o padrão, mas os anunciantes podem escolher outras opções.

Agora basta clicar em "Salvar".

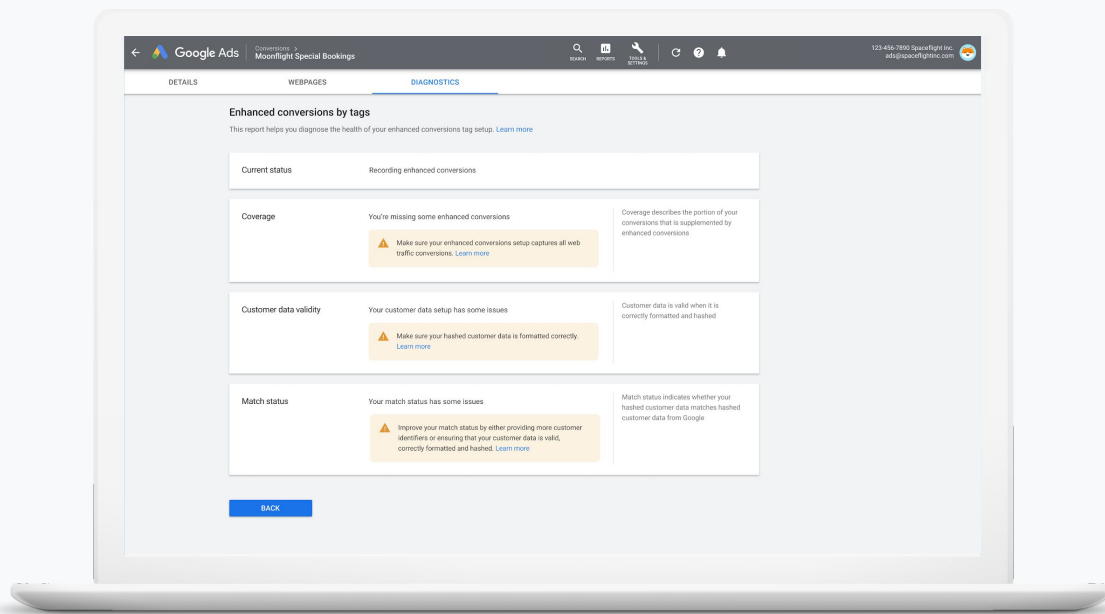
## Etapa 2: para o Gerenciador de tags do Google: concluir a implementação na interface do GTM

Depois da aceitação dos Termos de Serviço, **pode levar até cinco dias** para as conversões otimizadas serem ativadas na conta do Gerenciador de tags do Google. Depois desse período, faça a implementação na interface do GTM, conforme explicado em detalhes neste [artigo da Central de Ajuda](#).





# Validar a implementação das conversões otimizadas


## Relatório de diagnóstico:

Aproximadamente 72 horas após a implementação das conversões otimizadas, a aba **Diagnóstico** vai aparecer no Google Ads. Ela pode ser usada pelos anunciantes para verificar se a implementação do recurso está funcionando corretamente.



## Como funciona:

 <p><b>Status atual</b></p> <p>Mostra se estamos registrando as conversões otimizadas.</p>	 <p><b>Cobertura</b></p> <p>Indica se o anunciante está fornecendo dados das conversões otimizadas para uma quantidade suficiente de conversões.</p>	 <p><b>Visibilidade dos dados do cliente</b></p> <p>Mede com que eficácia os dados dos clientes são formatados de forma válida e transmitidos com sucesso ao Google.</p>	 <p><b>Status da correspondência</b></p> <p>Indica se os dados dos clientes com hash correspondem aos dados dos clientes com hash do Google.</p>
---	---	---	---

 **Recurso externo:**

- [Sobre o relatório de diagnóstico das tags das conversões otimizadas](#)
- [\[Tutorial em vídeo\] Validar a configuração das conversões otimizadas com as ferramentas do Chrome Dev](#)
- [Como os dados das conversões otimizadas são usados](#)