



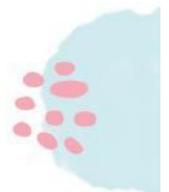
Google Ads

Dictado por Sabrina Blum

Glosario de Métricas de Campañas en Google Ads

Detalle de métricas más utilizadas en Google Ads para medir y analizar las campañas (también se puede poner el cursor sobre el título de cada columna y muestra una descripción de qué representa cada una):

- **Impresiones:** Se contabiliza una impresión cada vez que tu anuncio se publica en las redes publicitarias de Google, como Google.com, YouTube o sitios web y aplicaciones de otros editores. Las impresiones ayudan a determinar con qué frecuencia se ve el anuncio.
- **Interacción** (generalmente suelen ser clics): Una interacción se define como la acción principal asociada a un formato de anuncio, como los clics realizados en anuncios de texto y de Shopping, las visualizaciones recibidas en anuncios de vídeo, etc. Las interacciones ayudan a determinar si los anuncios cumplen los objetivos de rendimiento.
- **Presupuesto:** En la columna del presupuesto, se muestra el presupuesto diario de tu campaña.
- **Tasa de Interacción:** La "Tasa de interacción" mide la frecuencia con la que los usuarios interactúan con tu anuncio tras haberlo visto. Este parámetro ayuda a medir la efectividad de los anuncios.
- **Coste Medio** (suelen ser el CPC o costo por click: El coste medio es el importe medio que has pagado por cada interacción.
Cómo funciona: este importe es el coste total de los anuncios dividido entre el número total de interacciones.
Ejemplo: si hay dos interacciones con el anuncio, una de 0,30 USD y otra de 0,40 USD, el coste medio de las interacciones sería de 0,35 USD.
- **Coste:** es el monto invertido en la plataforma a través de cada campaña.
- **Conversiones:** indica el número de conversiones que has obtenido después de que se produzcan interacciones con tus anuncios (como clics en anuncios de texto o visualizaciones de anuncios de vídeo).
- **Coste/Conv:** se indica el coste medio de una conversión. Es el coste dividido entre las conversiones.





- **Tasa de Conversión**: indica la frecuencia media con la que una interacción con un anuncio genera una conversión. Es el valor de la columna "Conversiones" dividido entre el número de interacciones con tu anuncio.
Las interacciones con los anuncios incluyen los clics en los anuncios de texto y las visualizaciones de los anuncios de vídeo. Esta métrica incluye únicamente las interacciones que pueden generar conversiones.
- **Tipo de Estrategia de Puja**: es el modo en el que has elegido configurar las pujas de los anuncios. Las estrategias pueden ser manuales o automáticas, según los objetivos de rendimiento. Puedes cambiar la estrategia de puja en cualquier momento.
- **Cuotas de impresiones perdidas por presupuesto** (antes llamado impression share): es el porcentaje de impresiones perdidas de búsqueda (presupuesto) se calcula la frecuencia con la que no se ha mostrado tu anuncio en la Red de Búsqueda debido a un presupuesto bajo. El porcentaje de impresiones se actualiza cada día.
- **Cuotas de impresiones perdidas por ranking** (antes llamado impression share): La opción "% impr perdidas de búsqueda" calcula la frecuencia con la que tu anuncio no se ha mostrado en la Red de Búsqueda debido a un ranking bajo.
El ranking del anuncio determina su posición y si cumple los requisitos para mostrarse. Se calcula de acuerdo con la puja, la calidad del anuncio y del sitio web, el contexto de las búsquedas, los [umbrales del ranking del anuncio](#) y el impacto esperado de las extensiones y otros formatos de anuncios. La cuota de impresiones se actualiza cada día.

