

## CAMPAIGN REPORTS

# Informes de anunciantes

Este artículo explica los informes y las métricas que facilitan el análisis de las campañas de Sponsored Products.

## ¿Cómo funcionan los informes de campaña?

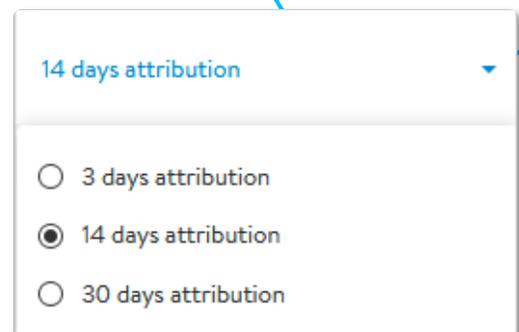
Los informes de campaña se generan aproximadamente 24 horas después de publicada la campaña; por lo que un informe completo podrá ser consultado al día siguiente del lanzamiento de cada campaña. Para ver un reporte de campaña, haz clic en el nombre de la campaña.



### Ventana de atribución

De forma predeterminada, la ventana de atribución estándar post-click es de 14 días.

También se proporcionan ventanas de atribución de 3 y 30 días, que se pueden seleccionar en el menú desplegable y muestran el rendimiento de la campaña en función de 3 o 30 días post-click.



## Vista de resumen

Esta es la vista predeterminada al visualizar un informe de campaña, que da las siguientes métricas:

- **Impresiones:** cuántas veces se entregaron los anuncios.
- **Clics:** cuántas veces un cliente hizo clic en los anuncios.
- **Unidades vendidas:** cuántos artículos se vendieron.
- **CTR (porcentaje de clics):** la tasa de clics totales dividida por el número total de impresiones (por ejemplo, si tuviera 16,000 impresiones y 450 clics, el CTR es del 2.81%).
- **Tasa de conversión (unidades vendidas):** la tasa de unidades totales vendidas dividida por el número total de clics.
- **Tasa de conversión (pedidos realizados):** la tasa de pedidos totales realizados dividida por el número total de clics.
- **Ingresos por ventas atribuidas:** Ingresos totales por ventas obtenidos de las unidades vendidas
- **Inversión publicitaria:** la cantidad de presupuesto invertido.
- **ROAS (retorno de la inversión publicitaria):** Calcula la cantidad de ingresos que se generaron a partir la campaña dividiendo los ingresos atribuidos a la campaña publicitaria por el costo de esa campaña.

## Tipos de informes

Se ofrecen varios tipos de informes de rendimiento. Puede cambiar el tipo de informe haciendo clic en Tipo de informe y seleccionando un nuevo informe en el menú desplegable. Los informes de rendimiento disponibles son:

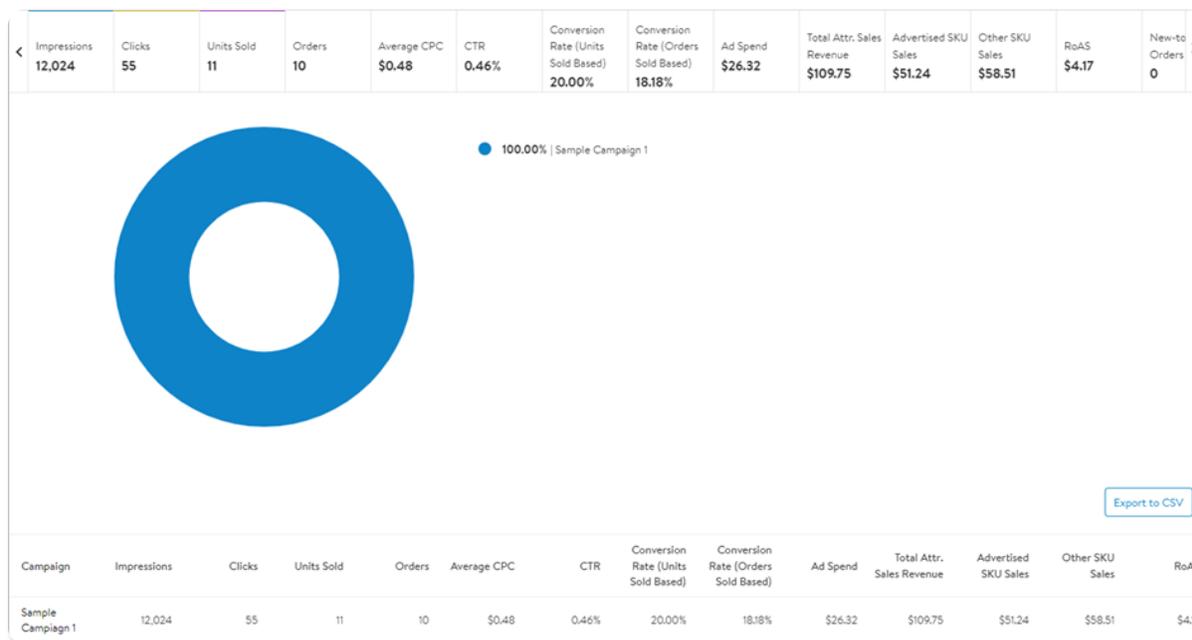
### Rendimiento diario

Es el informe predeterminado que proporciona el rendimiento de su campaña diariamente.



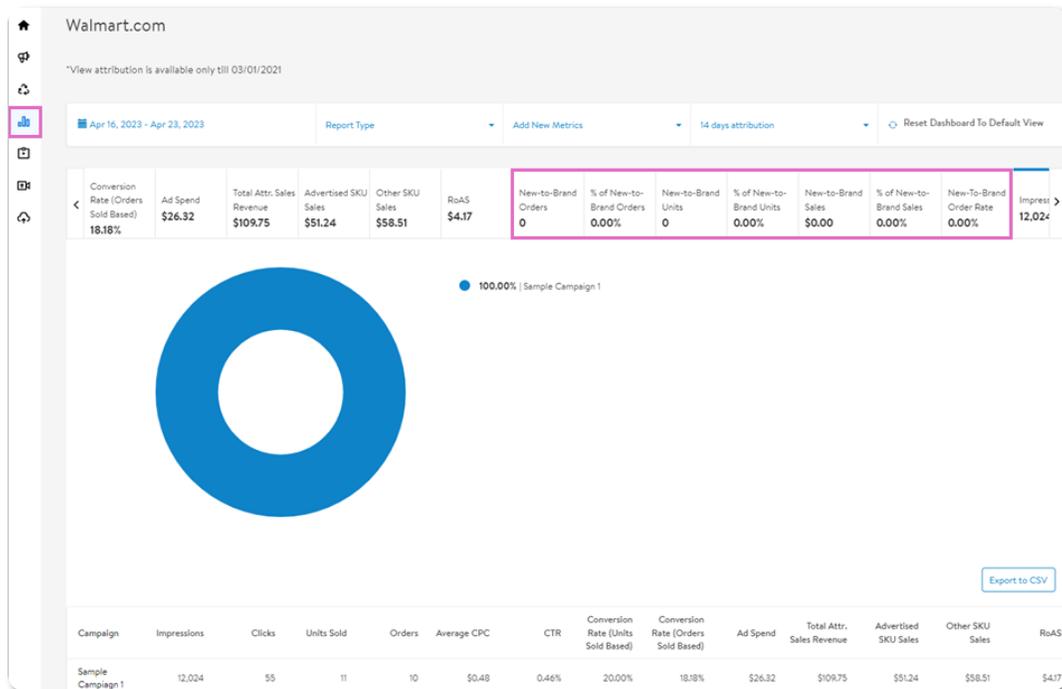
## Rendimiento de la campaña

Es posible consultar el rendimiento de cada una de las campañas en su cuenta.

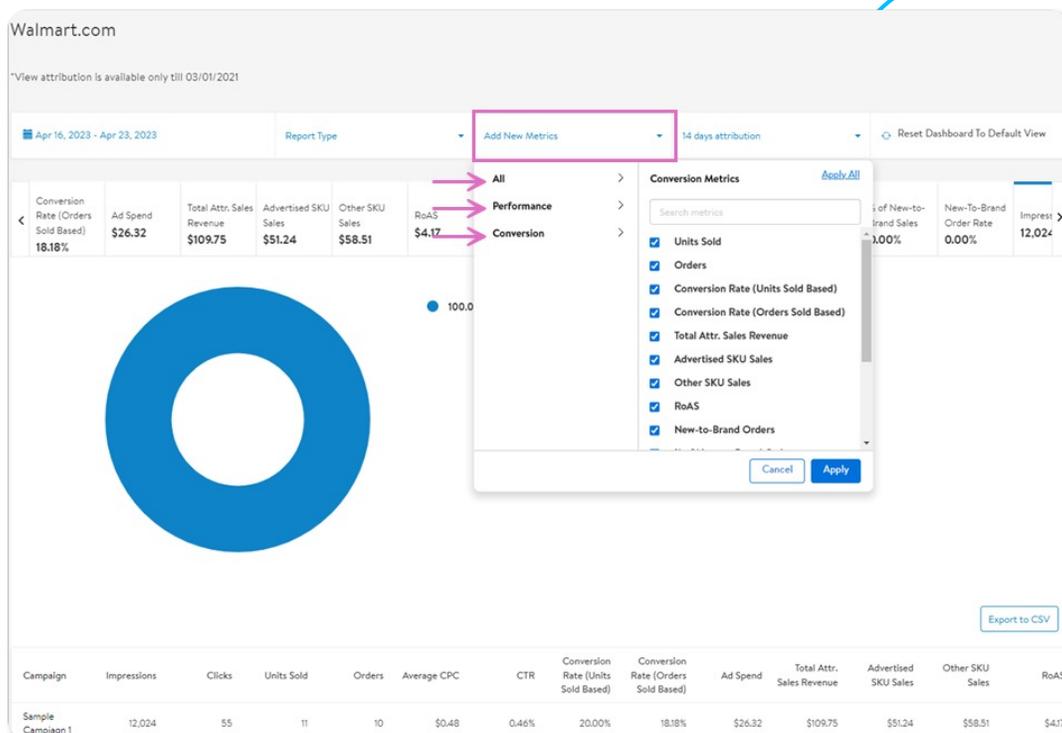


El rendimiento de la campaña incluye siete métricas new-to-brand:

- **Pedidos new-to-brand:** son el número de pedidos new-to-brand de la marca durante el período de un año.
- **Porcentaje de pedido new-to-brand:** es el porcentaje del total de pedidos que son nuevos para la marca.
- **Ingresos por ventas de nuevas marcas:** son las ventas totales de pedidos new-to-brand.
- **Porcentaje de ventas nuevas para la marca:** es el porcentaje del total de ventas nuevas para la marca.
- **Unidades new-to-brand:** es el número de unidades compradas a partir de pedidos new-to-brand.
- **Porcentaje de unidades new-to-brand:** es el porcentaje del total de unidades que son nuevas para la marca.
- **Tarifa de pedido:** es la cantidad de pedidos new-to-brand en relación con la cantidad de clics.



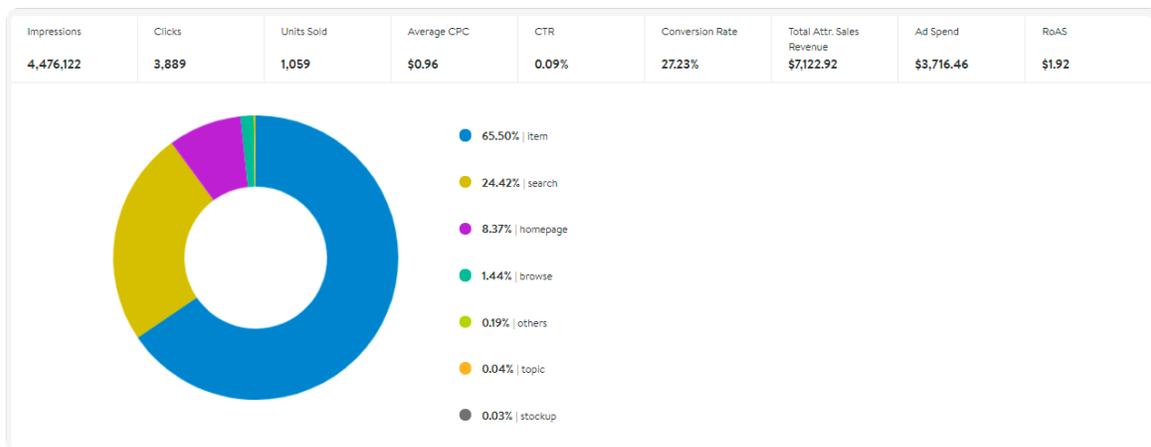
Agregue o elimine métricas usando el menú desplegable Agregar nuevas métricas. El menú muestra todas las métricas disponibles y que se están viendo actualmente. Las métricas se agrupan en métricas de rendimiento y conversión. Las métricas de rendimiento son métricas que se rastrean antes de que un cliente realice un pedido, y las de conversión son aquellas que se rastrean después de que realizan un pedido.



## Rendimiento por tipo de página

Se muestra el rendimiento por cada tipo de página en los que se muestran sus anuncios:

- **Browse:** páginas de líneas de producto específicas dentro de determinadas categorías.
- **PDP:** páginas de artículos específicos.
- **Búsqueda:** páginas de búsqueda basadas en las consultas de un cliente (por ejemplo, la búsqueda de "juegos de mesa").
- **Categoría:** páginas de categorías.
- **Home:** página de inicio en Walmart.com.
- **Otros:** Cualquier otra página que no entre en las categorías anteriores.



## Rendimiento de la plataforma

Se muestra el rendimiento por cada tipo de dispositivo en los que se muestran sus anuncios:

- **App:** rendimiento de las aplicaciones Walmart para iOS y Android.
- **Desktop:** rendimiento del sitio web Walmart.com en computadoras de escritorio y tabletas.
- **Móvil:** rendimiento del sitio web Walmart.com en la web móvil.
- **Otro:** rendimiento de plataformas que no se puedan identificar.

