

CAMPAIGN REPORTS

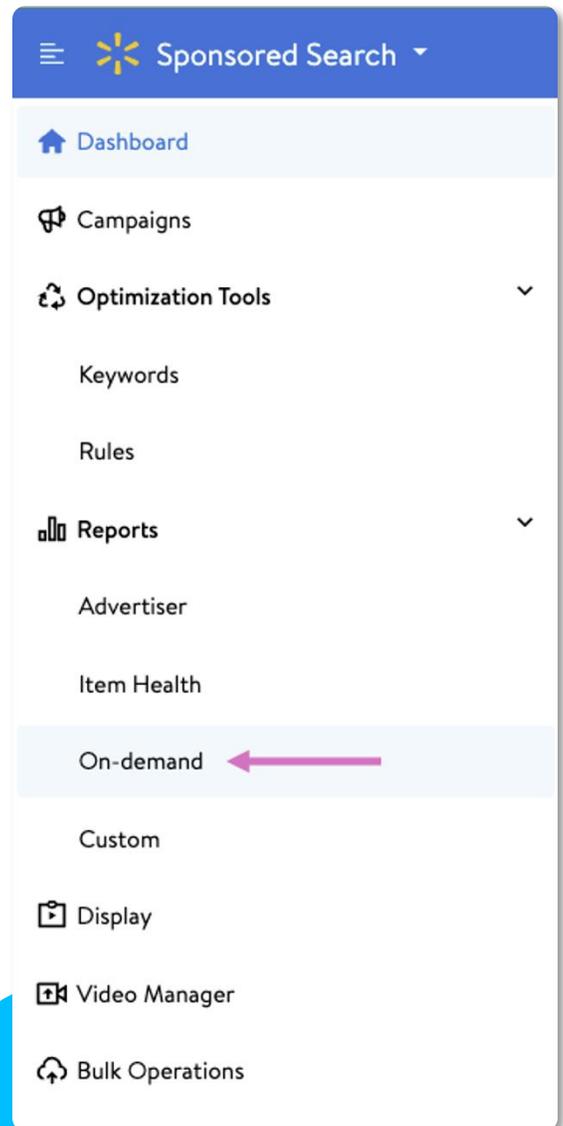
Informes bajo demanda

Este artículo proporciona una descripción general de los informes bajo demanda que ofrecen métricas y datos a nivel de campaña y grupos de anuncios. Hay varios informes disponibles para descargar y esta guía proporciona detalles sobre cada uno de ellos.

Solicite un informe bajo demanda

Para solicitar un informe bajo demanda, navegue hasta el encabezado Informes y seleccione Bajo demanda.

- Haga clic en Solicitar informe.
- En la ventana emergente, seleccione el tipo de informe:
 - Para los Registros de actividad, también deberá seleccionar un tipo de registro y proporcionar los detalles asociados para definir el alcance del informe.
- Seleccione una ventana de atribución: 3 días, 14 días o 30 días.
- Seleccione cómo quieres que se agrupen los datos:
 - **Acumulativo:** Resume los datos durante el período del informe seleccionado.
 - **Daily:** Proporciona datos por fecha durante el período del informe seleccionado.



- Seleccione el período del informe:
 - Para los informes de rendimiento de palabras clave, ubicación y palabras clave de artículos, solo puede seleccionar un período máximo de informe de 60 días.
 - Para el informe de rendimiento del artículo, no hay un período máximo.
- Haga clic en Solicitar informe.

Su informe ya ha sido solicitado. Es posible que su informe tarde hasta 30 minutos en generarse. Puede actualizar la pantalla de informes On Demand para ver el estado actual.

Una vez que el estado del informe haya cambiado de Pendiente a Generado, podrá descargar el informe haciendo clic en el icono:



Request Report ×

Report Type

Keyword Performance ▾

 Only for keyword bidding campaigns

Attribution Window

Select... ▾

Group By

Cumulative ▾

Report Period

 Sep 09, 2020 - Sep 16, 2020

Request Report

Tipos de informes disponibles

Esta sección proporciona información sobre los tipos de informes disponibles:

Recomendaciones de palabras clave (Solo campañas manuales)

Las recomendaciones de palabras clave son un tipo de informe bajo demanda que recomienda palabras clave que tienen potencial de mejorar la visibilidad de los artículos y aumentar las ventas para campañas manuales de productos patrocinados. Utilice el informe para identificar nuevas palabras clave para agregar a las campañas manuales en curso y optimizar el rendimiento.

Las recomendaciones de palabras clave están disponibles tres días después del lanzamiento de la campaña y se actualizan diariamente.

Recomendaciones de artículos

Es una herramienta e informe del dashboard de rendimiento de búsqueda que identifica artículos no anunciados con potencial para tener un buen desempeño en una campaña de productos patrocinados de Walmart.

Utilice el informe para identificar artículos para agregar a campañas nuevas o en curso, para ayudar a impulsar las ventas.

Las recomendaciones se actualizan semanalmente y se pueden filtrar por marca, o categoría. Es una buena práctica revisar las recomendaciones de artículos semanalmente.

Recomendaciones de palabras clave

(Solo campañas manuales)

Este informe indica con qué palabras clave se publican los artículos anunciados. Esta información puede ayudarle a optimizar las ofertas de palabras clave.

Rendimiento de placements

Este informe proporciona métricas de rendimiento clave para sus campañas según la ubicación en la que se publican los anuncios. Esta información puede ayudarle a mejorar las campañas actuales y futuras de productos patrocinados. Utilice multiplicadores de ofertas para optimizar las ubicaciones en función de su rendimiento.

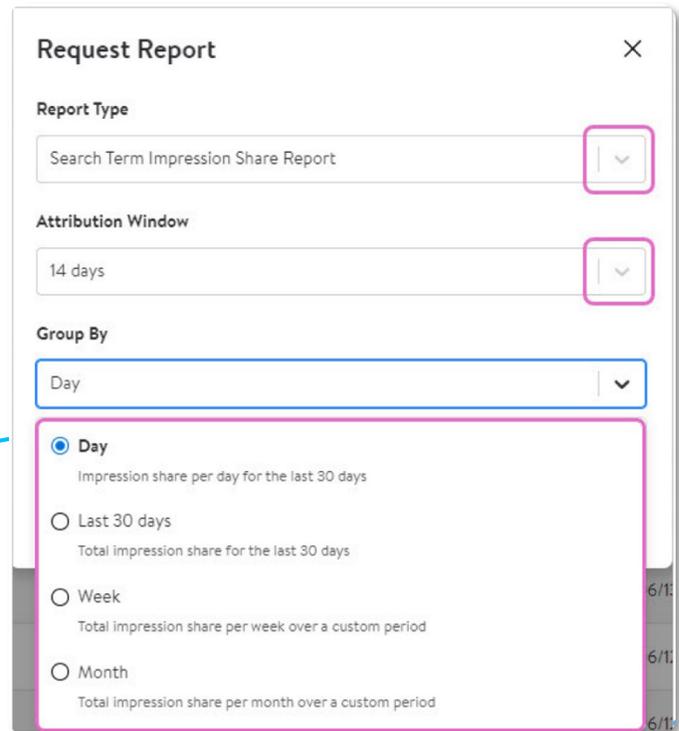
Rendimiento del artículo

Este informe proporciona métricas de rendimiento clave para los artículos de todas sus campañas, además de su atribución por tipo de cumplimiento, envío y recogida y entrega en la acera. Esta información puede ayudarte a mejorar las campañas de Productos Patrocinados actuales y futuras.

Desgloses de informes disponibles

- **Día:** Presenta términos de búsqueda únicos con porcentaje de impresiones desglosado por día durante los últimos 30 días.
- **Últimos 30 días:** Presenta términos de búsqueda únicos con porcentaje total de impresiones durante los últimos 30 días.

- **Semana:** muestra el porcentaje total de impresiones para términos de búsqueda únicos a nivel semanal dentro de un rango de fechas personalizado.
- **Mes:** muestra el porcentaje total de impresiones para términos de búsqueda únicos a nivel mensual dentro de un rango de fechas personalizado.



Request Report [X]

Report Type
Search Term Impression Share Report [v]

Attribution Window
14 days [v]

Group By
Day [v]

- Day**
Impression share per day for the last 30 days
- Last 30 days**
Total impression share for the last 30 days
- Week**
Total impression share per week over a custom period
- Month**
Total impression share per month over a custom period

Tanto la opción semanal como la mensual tienen una ventana retrospectiva de hasta dos años a partir de la fecha de solicitud. Todos los desgloses tienen un límite máximo de 330.000 filas, por lo que, para los desgloses semanales y mensuales, esas filas se dividen por la cantidad de semanas o meses que seleccione utilizando el selector de fechas. Por ejemplo, si mira hacia atrás tres meses, cada mes puede tener hasta 110.000 filas. Lo mismo se aplica para semanal.

Todos los desgloses de los informes también incluyen métricas estándar de rendimiento y conversión disponibles en otros informes, como el costo promedio por clic y el ROAS.

Utilice el Informe de porcentaje de impresiones de términos de búsqueda para identificar oportunidades para mejorar el rendimiento de su campaña. Un porcentaje de impresiones y una clasificación bajos, pero un porcentaje de clics alto podrían indicar un aumento en la inversión publicitaria para generar más conversiones. Un porcentaje de impresiones alto pero un porcentaje de impresiones en la parte superior de la búsqueda y una tasa de clics bajos podrían indicar que los anuncios no se muestran en las ubicaciones premium en Search In-grid.

Utilice esta información para reasignar el presupuesto a palabras clave competitivas o aumentar los límites de gasto para ayudar a maximizar la exposición y las conversiones. Recuerde solicitar y descargar el informe periódicamente para controlar las fluctuaciones en la participación y la clasificación. Los cambios pueden ayudar a identificar posibles tendencias y nuevas oportunidades.

Compras atribuidas

Este informe ofrece información granular sobre los productos comprados atribuidos a sus campañas de búsqueda patrocinada, con datos agrupados por acumulados y diarios. Se puede descargar en formato CSV. Esta herramienta permite a los anunciantes identificar nuevas oportunidades publicitarias y comprender qué productos atraen a clientes nuevos en la marca. Los artículos reportados siempre están dentro de su propia cartera de cuentas.

Características clave

El informe incluye métricas atribuidas basadas en clics para períodos de atribución de 3, 14 y 30 días. Los datos están segmentados por nombres e ID de campañas y grupos de anuncios, tipos de atribución, ID y nombres de artículos publicitarios, cifras de ventas, pedidos, unidades vendidas y métricas de novedades de marca, como ingresos por ventas y porcentajes.