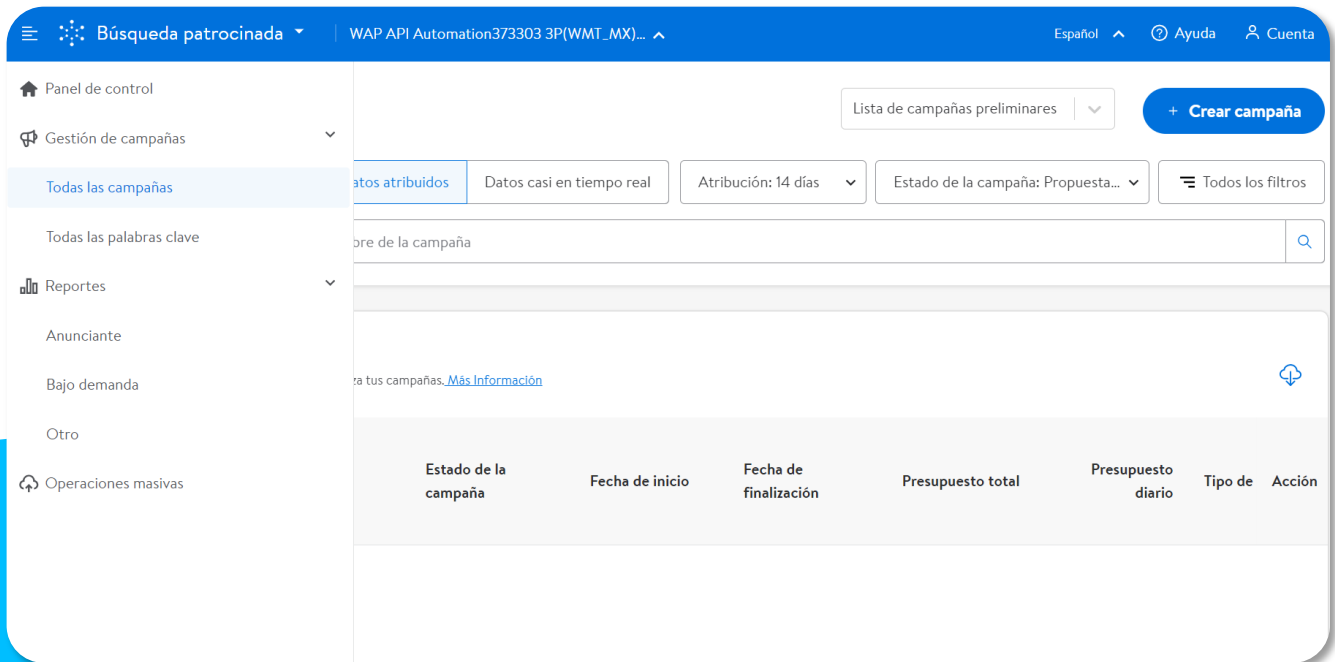


## CAMPAIGN SETUP AND MANAGEMENT

# Todas las Campañas

Este artículo proporciona una descripción general de la página “Todas las campañas”, incluida la navegación, el uso, la creación, la edición o la duplicación, datos casi en tiempo real frente a datos atribuidos y funciones presupuesto agotado.

La página “Todas las campañas” se encuentra en Administración de campañas en la navegación de la izquierda y permite acceso a los anunciantes para analizar, diseñar estrategias y optimizar múltiples campañas de manera eficiente desde una sola página.



The screenshot shows the Walmart Connect interface for campaign management. The top navigation bar includes a search dropdown, a browser tab, and user options like 'Español', 'Ayuda', and 'Cuenta'. A left sidebar contains navigation items: 'Panel de control', 'Gestión de campañas', 'Todas las campañas', 'Todas las palabras clave', 'Reportes', 'Anunciante', 'Bajo demanda', 'Otro', and 'Operaciones masivas'. The main content area features a 'Lista de campañas preliminares' dropdown, a '+ Crear campaña' button, and filter options for 'Datos atribuidos', 'Datos casi en tiempo real', 'Atribución: 14 días', and 'Estado de la campaña: Propuesta...'. Below these are search filters for 'Nombre de la campaña' and 'Estado de la campaña'. A table header is visible with columns: 'Estado de la campaña', 'Fecha de inicio', 'Fecha de finalización', 'Presupuesto total', 'Presupuesto diario', 'Tipo de', and 'Acción'.

### Esta página te permite:

- Analizar visualmente las métricas de rendimiento en múltiples campañas de búsqueda patrocinada mediante el panel de rendimiento.
- Utilizar la herramienta de comparación para identificar tendencias en dos rangos de fechas.

- Personalizar su experiencia con los datos seleccionando los puntos de datos visibles en la tabla de datos, personalizando las columnas y descargando la vista para realizar análisis sin conexión.
- Elaborar estrategias utilizando funciones de búsqueda, filtrado y clasificación.
- Optimizar campañas individuales o hasta 50 campañas a la vez aplicando pausa/inicio, cambiando fechas de finalización, actualizando presupuestos y aplicando presupuestos sugeridos para campañas con presupuesto agotado.

## Navegando por todas las campañas

La parte superior de la página “Todas las campañas” proporciona un panel de rendimiento que presenta métricas de rendimiento y conversión (hasta tres métricas gráficas a la vez). Debajo del panel, “Todas las campañas” enumera 50 campañas por página, pero puede elegir ver 100, 200 o 300 resultados por página.

### Acerca del panel de rendimiento

El panel de rendimiento de “Todas las campañas” lo ayuda a monitorear y optimizar sus campañas. Esto ayuda a:

- Obtener el panorama general: vea una descripción general rápida y consolidada del estado de su campaña con métricas clave como ROAS, inversión publicitaria y ventas totales atribuidas que se muestran juntas para facilitar la comparación.
- Profundizar más para obtener información: Visualice tendencias a lo largo del tiempo con gráficos interactivos, compare el rendimiento en diferentes períodos de tiempo y ventanas de atribución y obtenga información valiosa para optimizar sus campañas y palabras clave.
- Optimice la eficiencia y el rendimiento: Con una visualización clara de los datos, podrá tomar decisiones informadas sobre la asignación del presupuesto y la orientación por palabras clave, lo que generará mejoras significativas en el rendimiento.

### Usando el panel de rendimiento

Cuando se seleccionan datos atribuidos, el panel de rendimiento muestra, de forma predeterminada, las tres primeras métricas: ROAS, inversión publicitaria y ventas totales atribuidas. Puede cambiar fácilmente entre métricas seleccionándolas en la parte superior. Se pueden mostrar hasta tres métricas a la vez, por lo que si selecciona una nueva métrica para mostrar sin anular la selección de una, el gráfico anulará automáticamente la selección de una métrica comenzando por la izquierda. Todas las métricas de rendimiento y conversión están disponibles, pero se pueden eliminar fácilmente haciendo clic en la X junto a ellas o en el ícono de configuración en el gráfico.

Las dimensiones del eje Y están codificadas por colores a lo largo del lado izquierdo y derecho del gráfico para corresponder al color de las líneas del gráfico. El gráfico se puede manipular seleccionando diferentes rangos de fechas, campañas, ventanas de atribución, estados de campaña y filtros personalizados. Los intervalos de fechas superiores a un mes se dividen en dimensiones semanales y los superiores a seis meses se dividen en dimensiones mensuales a lo largo del eje x.

**Nota:**

El panel de rendimiento no está disponible cuando se seleccionan datos casi en tiempo real, ya que el foco está en métricas atribuidas, que no forman parte de la vista en tiempo casi real.

## Acerca de la tabla de datos

La tabla de datos de “Todas las campañas” le permite:

- Reorganizar las columnas para satisfacer sus necesidades de diseño y haga que la plataforma guarde automáticamente esas preferencias para su próxima visita para que pueda concentrarse en lo que importa y priorizar los datos que impulsan sus objetivos.
- Analizar campañas sin conexión descargando su vista personalizada como un archivo para un análisis más profundo cuando lo necesite.
- Realizar acciones masivas en hasta 50 campañas a la vez.
- Obtener información sobre presupuestos agotados y en riesgo y aplique sugerencias presupuestarias.
- Comparar entre dos rangos de fechas para detectar fácilmente tendencias y realizar ajustes informados.

## Usando la tabla de datos

La tabla de datos de “Todas las campañas” muestra todas las campañas asociadas con campañas propuestas, programadas, en vivo y en pausa. Puede optar por ver las campañas finalizadas seleccionando esa opción en el menú desplegable de estado.

**Nota:**

No puede editar campañas finalizadas en esta vista, pero puede reactivarlas y luego editarlas.

Estado	Definición
<b>En revisión</b>	La campaña está bajo revisión.
<b>En vivo</b>	La campaña está activa y actualmente en funcionamiento.
<b>En pausa</b>	La campaña está actualmente en pausa y no publicará anuncios hasta que se reanude.
<b>Programado</b>	El lanzamiento de la campaña está previsto para la fecha de inicio establecida.
<b>Terminado</b>	La campaña ha finalizado y no publicará anuncios.

La lista detalla esta información clave:

- Nombre de la campaña (enlaces a la campaña específica)
- Estado de la campaña
- Fecha de inicio
- Fecha final
- Presupuesto total
- Presupuesto diario
- Presupuesto total sugerido
- Presupuesto diario sugerido
- Tipo de campaña
- Estado de revisión de la campaña
- Impresiones perdidas estimadas
- Clics perdidos estimados

Las dos primeras columnas (nombre y estado de la campaña) y la columna de acción son estáticas para permitir una mejor experiencia de desplazamiento horizontal. La columna de acción le permite realizar acciones específicas en la campaña seleccionada.

La lista también detalla las métricas de rendimiento y conversión para las diferentes vistas de datos.

Métricas de vista atribuidas	Métricas casi en tiempo real
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresiones</li> <li>• Clics</li> <li>• CTR</li> <li>• ROAS</li> <li>• CPC</li> <li>• Conversión (basada en pedidos)</li> <li>• Pedidos/Órdenes</li> <li>• Unidades</li> <li>• Inversión publicitaria</li> <li>• Ventas totales atribuibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresiones</li> <li>• Clics</li> <li>• CTR</li> <li>• CPC</li> <li>• Inversión publicitaria</li> <li>• Presupuesto restante diario</li> <li>• Presupuesto total restante</li> </ul>

La ventana de atribución predeterminada para las métricas de conversión es para los últimos 14 días, pero tanto la ventana de atribución como el rango de fechas se pueden cambiar usando el botón de filtro rápido de atribución que se encuentra en la parte superior. Cambie la ventana de atribución de los 14 días predeterminados a tres o 30 días y use el selector de rango de fechas para elegir un rango precargado o personalizarlo según sus necesidades.

Seleccione datos casi en tiempo real en la parte superior de la tabla para ver las campañas en vivo y el presupuesto restante para ellas. Esta vista le permite identificar fácilmente las campañas que tienen un ritmo excesivo o insuficiente y ajustar el presupuesto en consecuencia. La vista de datos casi en tiempo real solo muestra datos de la campaña de los últimos siete días. Este rango de fechas no se puede cambiar.

**Nota:**

No puede editar fechas de inicio ni elegir estados de campaña en la vista Casi en tiempo real. Puede cambiar la fecha de finalización de las campañas activas.

Las columnas se pueden personalizar desde cualquiera de las vistas de datos para ocultarlas, mostrarlas y reordenarlas usando el ícono de ajustes en la parte superior derecha. Todas las columnas se muestran de forma predeterminada, pero se pueden eliminar fácilmente en la ventana emergente de personalización. Las columnas de nombre, ID, estado y acción de la campaña están bloqueadas y no se pueden eliminar. Tome la columna y muévela hacia arriba y hacia abajo en la lista para reordenarla. El nombre de la campaña, el estado de la campaña y las columnas de acción no se pueden reordenar.

Experimente con diferentes disposiciones de columnas para encontrar el diseño que mejor se adapte a sus necesidades. La plataforma guarda automáticamente las personalizaciones de columnas que realiza en la lista y aparecerán la próxima vez que acceda a Todas las campañas. Las columnas se pueden restablecer a sus valores predeterminados en cualquier momento.

La lista se puede buscar por nombre de campaña o ID de campaña. Seleccione la opción en el menú desplegable a la izquierda del cuadro de texto e ingrese los detalles en el cuadro de texto de búsqueda.

También puede aplicar filtros avanzados según el atributo y/o el rendimiento en Todos los filtros. Seleccione Todos los filtros para abrir una ventana a la derecha. Seleccione los atributos que desea ver y la opción por la que desea filtrar, y/o seleccione la métrica bajo el filtro de rendimiento e ingrese la escala y el valor. Los valores de las métricas pueden incluir mayor que (>), menor que (<), igual a (=) o una combinación. Por ejemplo, si desea buscar campañas que tengan un rendimiento igual o superior a un determinado ROAS, puede filtrar por  $ROAS \geq \$x,xx$ .

**Nota:**

No hay límite para la cantidad de filtros que se pueden aplicar, pero los filtros no se pueden guardar en este momento, por lo que al salir o actualizar la página Todas las campañas, los filtros se restablecerán a los valores predeterminados. Puede descargar la lista completa de campañas o una vista de página específica. Descargar vista actual descarga la lista de campañas directamente a su computadora. Descargar todos los resultados crea un informe descargable llamado Optimización de campaña en informes bajo demanda.

## Acciones que puedes realizar con “Todas las campañas”

### Aplicar acciones masivas

La página “Todas las campañas” le permite realizar actualizaciones individuales y masivas de las campañas en función de la información enumerada. Puede aplicar acciones masivas para hasta 50 campañas a la vez.

Las casillas de verificación a la izquierda de las campañas habilitan operaciones masivas. Seleccione las campañas que desea actualizar. Aparece una barra de acción azul encima de la lista tan pronto como se seleccionan una o más casillas de verificación. Ahora tienes la opción de:

- Habilitar o pausar campañas
- Ajustar fechas de finalización
- Ajustar presupuestos

**Nota:**

Al realizar operaciones masivas, asegúrese de seleccionar las campañas para las que desea realizar la misma operación (como ajustar un presupuesto).

Si está reduciendo o aumentando los presupuestos, tenga en cuenta los presupuestos mínimos. En caso de que su presupuesto se reduzca por debajo del umbral del presupuesto diario y/o total, los umbrales mínimos se aplicarán automáticamente:

- Para los proveedores de Walmart, el presupuesto total debe ser de al menos \$400 y el presupuesto diario debe ser de al menos \$400
- Para los vendedores de Marketplace, el presupuesto total debe ser de al menos \$400 y el presupuesto diario debe ser de al menos \$400.

La plataforma le notificará si todas las campañas seleccionadas se han actualizado según lo solicitado. Si hay algún problema, la plataforma le dirá cuántas campañas produjeron un error y le dará la opción de descargar un informe de error.

## Crear y editar campañas

Haga clic en Crear campaña para crear una nueva campaña.

Todos los borradores de campaña que se guardaron durante la configuración, pero que no se programaron, se enumeran aquí en el menú desplegable Lista de borradores de campañas. Al hacer clic en cualquiera de las campañas en el menú desplegable, se abrirá la página de creación de campañas con toda la información guardada.

En la columna Acciones, haga clic en los tres puntos horizontales (•••) a la derecha de cualquier campaña para editar, duplicar, pausar o ver informes de campaña.

- Editar abrirá la página de configuración de la campaña donde podrá realizar ajustes en la campaña como si fuera otro grupo de anuncios o aumentar su presupuesto diario.
- Duplicar creará un clon de su campaña seleccionada y le dará la opción de cambiar el nombre y editar los detalles de la campaña antes de programarla.

**Nota:**

La capacidad de editar o duplicar una campaña solo es visible para los usuarios con acceso de administrador o escritura.

## Monitorear y actualizar presupuestos

Se puede acceder a la función presupuesto agotado en “Todas las campañas” y la página de creación y edición de campañas para campañas cuyo presupuesto está en riesgo o con presupuesto agotado. Estas campañas aparecen en la parte superior de la lista en la vista predeterminada de la página Todas las campañas y en las pestañas de datos atribuidos y datos casi en tiempo real.

La función de presupuesto agotado y en riesgo le permite:

- Identificar oportunidades perdidas y ayude a prevenir pérdidas. La etiqueta de fuera de presupuesto identifica instantáneamente las campañas que se han quedado sin presupuesto, mientras que la etiqueta de presupuesto en riesgo identifica las campañas que operan con un presupuesto subóptimo. La métrica de tiempo límite promedio muestra el tiempo previsto en que su campaña se quedará sin presupuesto.
- Tomar decisiones informadas sobre la inversión publicitaria. Se brindan recomendaciones personalizadas sobre cómo ajustar los presupuestos y evitar perder clientes potenciales.
- Aplicar el presupuesto diario o total recomendado según las impresiones estimadas de oportunidades perdidas y los clics que se aplican fácilmente desde la página Todas las campañas. Los presupuestos recomendados se pueden aplicar individualmente o a varias campañas a la vez.
- Filtrar las campañas según la métrica de tiempo límite promedio y planifique el ritmo de su gasto diario. Para identificar oportunidades perdidas y ayuda a prevenir posibles ventas perdidas. Puede ver las impresiones perdidas estimadas para ayudar a tomar una decisión informada y luego utilizar las recomendaciones basadas en datos del presupuesto diario y total para realizar ajustes rápidamente.

Puede filtrar campañas en Todos los filtros por tiempo límite promedio que aparece en intervalos de una hora en el menú desplegable.

### Nota:

Todos los filtros no incluyen filtros para etiquetas de presupuesto agotado y presupuesto en riesgo.

Métricas disponibles:

- Impresiones perdidas estimadas
- Clics perdidos estimados
- Tiempo promedio de cierre (reportado en horas:min)
- Presupuesto diario sugerido
- Presupuesto total sugerido
- Estado (puede estar agotado, en riesgo o sin valor)

Las métricas de presupuesto agotado se actualizan una vez cada 24 horas en las pestañas Tiempo casi real y Atribuido. Las otras métricas en la pestaña Tiempo casi real aún se actualizan una vez cada 15 minutos.

**Nota:**

El tiempo límite promedio estará en blanco para cualquier campaña que no se haya quedado sin presupuesto al menos una vez.

Cuando toma medidas en una campaña con presupuesto agotado o en riesgo, el estado y las métricas que lo acompañan se actualizarán primero en la pestaña Casi en tiempo real, lo que provocará una discrepancia con las métricas de presupuesto agotado en la pestaña Atribuido.

**Nota:**

Para las campañas finalizadas, se eliminarán las etiquetas de presupuesto agotado y de presupuesto en riesgo y las campañas no serán visibles en la pestaña Casi en tiempo real.

Para cambiar sus preferencias de notificaciones por correo electrónico (optar por participar o no) para presupuestos agotados o en riesgo, utilice el ícono de correo electrónico en la esquina superior derecha. Seleccione recibir notificaciones por correo electrónico de presupuesto agotado o No recibir notificaciones por correo electrónico de presupuesto agotado y haga clic en cambiar.

**Nota:**

Todos los niveles de acceso (administrador, escritura, lectura) pueden registrarse para recibir notificaciones por correo electrónico.

Tan pronto como el presupuesto restante diario y el presupuesto restante total de una campaña lleguen a cero, la campaña recibirá una etiqueta de presupuesto agotado. Una campaña recibe una etiqueta de presupuesto en riesgo cuando el presupuesto diario asociado a ella se agotó recientemente y el presupuesto diario aún no se actualiza al nivel recomendado. Esta etiqueta puede implicar que la campaña está funcionando con un presupuesto subóptimo. Una vez que el presupuesto diario o el presupuesto total de la campaña se actualiza a un nivel recomendado o superior, la etiqueta de presupuesto en riesgo desaparece.

**Nota:**

Para las campañas pausadas, no verá recomendaciones; Nuestro algoritmo patentado no reconoce campañas pausadas. Tendrán recomendaciones hasta el día en que fueron pausados.



## Escenarios de presupuesto agotado



***Veo recomendaciones de presupuesto para campañas con presupuesto agotado o en riesgo en el presupuesto actual, aunque sé que mi tiempo límite es más tarde ese mismo día.***

Esto se debe a que las recomendaciones de presupuesto diario que consideran múltiples factores, como el día/hora y la estacionalidad, junto con el rendimiento de la campaña y el rendimiento de campañas similares, están orientadas al futuro.



***No veo el presupuesto recomendado para mi campaña de presupuesto agotado/presupuesto en riesgo con el presupuesto restante diario = cero después de 24 horas.***

Esto se debe a que es posible que su campaña tenga un presupuesto transferido que aún se esté gastando. Las recomendaciones se proporcionarán una vez que también se agote el presupuesto de transferencia.



***Veo un guion (-) en el presupuesto restante diario o en el presupuesto restante total para la pestaña Tiempo casi real en la página Todas las campañas para mis campañas de presupuesto agotado o con presupuesto en riesgo.***

Esto implica que el tipo de presupuesto diario no se aplica a esa campaña. Todas las campañas con un guion y/o cero se ordenarán por ID de campaña.



***Veo un guion (-) en el presupuesto diario o en el presupuesto total de la pestaña Atribuido en la página Todas las campañas para mis campañas de presupuesto agotado o con el presupuesto en riesgo.***

Esto implica que el tipo de presupuesto diario no se aplica a esa campaña.



***Tengo disponibles el presupuesto diario sugerido y el total sugerido para una campaña de presupuesto agotado con tipos de presupuesto total y diario, y apliqué solo el presupuesto diario sugerido, pero todavía veo una etiqueta de campaña presupuesto agotado en el estado.***

Cuando tiene disponibles tanto el presupuesto diario sugerido como el total sugerido, sus presupuestos diario y total restante son cero. Si actualiza solo el presupuesto diario al presupuesto diario sugerido, su presupuesto restante total seguirá siendo cero, aunque su presupuesto restante diario sea mayor que cero. Esto se debe a que su campaña no publicará anuncios si el presupuesto total restante es igual a cero. Para eliminar la etiqueta de presupuesto agotado, debe actualizar el presupuesto total para que el valor del presupuesto total restante sea mayor que cero.



***Tengo un presupuesto sugerido diario y total disponible para una campaña de presupuesto agotado con un tipo de presupuesto total y diario. Actualicé el presupuesto diario sugerido a un valor menor que la recomendación y ahora veo la campaña etiquetada como presupuesto en riesgo.***

Cuando tiene disponibles los presupuestos sugeridos diario y total, sus presupuestos diarios y totales restantes son cero. Si actualiza solo el presupuesto diario (a un valor inferior a la recomendación proporcionada), su presupuesto restante total seguirá siendo cero, incluso si su presupuesto restante diario es mayor que cero. Las campañas no se publicarán cuando el presupuesto total restante sea cero. Para eliminar la etiqueta Presupuesto en riesgo, debe actualizar el presupuesto total para que el valor del presupuesto total restante sea mayor que cero.



***Tengo sugerencias de presupuesto diario y total para una campaña de presupuesto agotado o con presupuesto en riesgo con tipos de presupuesto total y diario. Actualicé el presupuesto total al total sugerido, pero la etiqueta de presupuesto agotado aún está visible y el presupuesto diario restante sigue siendo cero.***

Cuando tiene disponibles los presupuestos sugeridos diario y total, sus presupuestos diarios y totales restantes son cero. Si actualiza solo el presupuesto total al presupuesto sugerido, la campaña no se publicará ya que el presupuesto diario restante es cero hoy y el presupuesto diario se activará al día siguiente. Al día siguiente deberíamos recibir una etiqueta de presupuesto en riesgo, ya que el resto diario será mayor que cero y la recomendación diaria aún no se ha aplicado. Si aplica una sugerencia diaria (o un valor mayor), se eliminará la etiqueta de presupuesto en riesgo.

**Nota:**

Si está realizando modificaciones en una campaña que está programada para finalizar el mismo día, no podrá guardar esas modificaciones. Para guardar las modificaciones, extienda la fecha de finalización de la campaña al menos un día.

## Comparar datos en dos períodos de tiempo

Dentro del selector de rango de fechas en la parte superior izquierda, puede habilitar la función Comparar, que le permite comparar métricas de rendimiento y conversión entre dos períodos de tiempo diferentes pero de igual duración. Cuando está habilitado, Comparar se aplica tanto al panel de rendimiento como a la tabla de datos en Todas las campañas.

Con Comparar, puedes:

- Analizar el rendimiento en diferentes períodos de tiempo para ver cómo han cambiado sus métricas con el tiempo e identificar tendencias o cambios en el rendimiento.

- Comprender los cambios de datos con porcentajes de la tabla de datos e identifique fácilmente aumentos y disminuciones con codificación de colores (verde para aumento, rojo para disminución).
- Obtener sugerencias de comparación basadas en su rango de fechas principal y ventana de atribución, asegurando que siempre se muestren datos relevantes.
- Personalizar sus comparaciones colocando filtros en capas, métricas seleccionadas y ventanas de atribución para ver los datos representados tanto visual como numéricamente.
- Ver tendencias en métricas de rendimiento y conversión para alinearse con las metas y objetivos de su campaña.

Habilite la función Comparar en el selector de rango de fechas usando el control deslizante. Configure el rango de fechas principal usando los ajustes preestablecidos a la izquierda de la opción de fecha personalizada, luego configure las fechas con las que desea comparar en Comparación. Una vez que haya establecido sus fechas principales, la plataforma sugerirá un rango de fechas dentro del rango de comparación de igual duración (número de días). Considere las ventanas de atribución al establecer rangos de fechas de comparación. Es posible que sus fechas principales no sean lo suficientemente largas o que no miren lo suficiente hacia atrás para dar cabida a períodos de atribución más largos.

**Nota:**

Comparar solo funciona si ambos períodos tienen la misma cantidad de días y no está disponible cuando se selecciona la vista de datos casi en tiempo real.

El panel de rendimiento se actualizará inmediatamente con dos conjuntos diferentes de líneas: una continua y la otra punteada. Las líneas continuas representan las métricas del intervalo de fechas principal y las líneas de puntos representan las métricas de los intervalos de fechas de comparación. Desplácese sobre cualquier línea del gráfico para ver la comparación desglosada a nivel diario de las métricas del gráfico y comprender los datos superpuestos. Recuerde que las líneas y dimensiones están codificadas por colores para ayudarle a identificar y relacionar fácilmente las métricas con sus valores.

La tabla de datos refleja la misma información comparativa en porcentajes. Desplácese hacia la derecha para ver las métricas que ahora se han desglosado en valores de fechas principales, cambio porcentual y datos de fechas de comparación. Las flechas verdes hacia arriba y las flechas rojas hacia abajo aparecen junto al porcentaje para indicar claramente si el cambio porcentual es un aumento o una disminución en el valor.

Tenga en cuenta que la funcionalidad de comparación incluye métricas agregadas (p. ej., clics, impresiones y ventas atribuidas totales) y promediadas (p. ej., CPC promedio, ROAS y tasa de conversión).

## Reactivar una campaña finalizada

- “Todas las campañas” le permite reactivar fácilmente las campañas finalizadas.
- Localice las campañas finalizadas que desea reactivar.
- Haga clic en los tres puntos horizontales (•••) debajo de Acciones.
- Seleccione Reactivar campaña.
- Edite la fecha de finalización y los presupuestos dentro de la tabla de datos.

También tiene la opción de abrir la campaña directamente haciendo clic en el nombre de la campaña y usando el botón Reactivar campaña en la esquina superior derecha.