



PROTOCOLO DE QA: ASEGURA TUS EVENTOS Y NO DESPERDICIES PRESUPUESTO.

✓ Para Traffickers y Media Buyers que quieren medición perfecta.

Juan S. Aparicio

TP TUTOPRESS^{.co}

CHECKLIST

Una lista de verificación rápida para auditar la optimización del evento, la estructura de UTMs y la deduplicación Browser/Server antes de lanzar campaña



FASE 1: CONFIGURACIÓN DE LA CAMPAÑA

Antes de dar clic en "Publicar", verifica la estructura.



1. Evento de Optimización Correcto:

- Asegúrate de que la campaña apunta al evento real de negocio.
- Advertencia: No confundas "Registro completado" (servicios/suscripciones) con "Cliente Potencial/Lead" (captación de datos).
- Recomendación: Si buscas datos de contacto, usa siempre el evento Lead.



2. Ubicación de las UTMs en Meta:

- Verifica que las UTMs NO estén en la URL de destino final.
- Deben estar en la sección "Seguimiento" > "Parámetros de URL".

- ☐ 3. Nomenclatura UTM Consistente:
 - El `utm_campaign` (nombre de campaña) debe ser idéntico en todos los canales (Meta, Email, WhatsApp, Orgánico) para que GA4 unifique los datos.
 - Ejemplo: Si usas "Navidad_50" en Facebook, usa "Navidad_50" en el correo.

FASE 2: VALIDACIÓN TÉCNICA (TESTING)

Simula la conversión como un usuario real en tu Landing Page.

- ☐ 4. Prueba de Disparo (Nivel Básico):
 - Abre la herramienta "Probar eventos" en el Administrador de Eventos de Meta.
 - Ingresa la URL de la landing, realiza la conversión y confirma que el evento aparece en la consola.
- ☐ 5. Validación de Datos (Google Tag Manager):
 - Usa la "Vista Previa" de GTM para confirmar que la etiqueta se dispara al enviar el formulario.
 - Verifica que se envíen los parámetros correctos (Email, ID de evento, etc.)
- ☐ 6. Deduplicación (Nivel Pro):
 - Si usas API de Conversiones (Server-side), verifica que lleguen ambos eventos (Browser + Server).
 - Crucial: Confirma que ambos eventos compartan el mismo Event ID para que Meta los deduplique correctamente.



FASE 3: CALIDAD Y MONITOREO

Lo que debes revisar justo después del lanzamiento.

- ☐ 7. Coincidencias Avanzadas (Advanced Matching):
 - Verifica que estás enviando datos de usuario (Email, Nombre, Ciudad, IP) hashseados junto con el evento.
 - Objetivo: Esto mejora la puntuación de calidad del evento y la creación de audiencias.

- ☐ 8. Monitoreo en Tiempo Real (GA4):
 - Ve a "Informes" > "En tiempo real" en Google Analytics 4.
 - Confirma que se registra tráfico y conversiones en los últimos 30 minutos.

- ☐ 9. Verificación de Flujo de Datos (Meta):
 - No mires solo el Administrador de Anuncios. Ve a la pestaña "Información general" del Dataset.
 - Filtra por "Hoy" y revisa que la gráfica de eventos no esté plana o caída.

¿QUIERES APRENDER MÁS?

Aprende a medir tus campañas, conoce el ciclo de vida de tus usuarios, envía información dinámica de conversión y automatiza tus reportes con mis cursos

 **Método Analista Digital de Cero a Máster (incluye curso de GA4, GTM y Looker Studio + Workshops)**
[Inscríbete aquí](#)

 **¿Necesitas ayuda con Google Analytics, Google Tag Manager o Looker Studio?**

Escríbeme y agendamos una reunión para discutir el proyecto 📧 [Contactarme aquí](#)