

Auditoría de medición (GA4, Pixel, CAPI)

Revisa que cada evento y cada conversión se esté midiendo de verdad

Invertir en pauta con una medición rota es como manejar de noche sin luces. Esta checklist te lleva punto por punto para auditar que GA4, el Pixel de Meta y la API de Conversiones estén capturando todo lo que deben. Recorrela antes de subir presupuesto y cada vez que cambies algo en tu sitio. Es la misma revisión que hacemos en Manu antes de tomar una cuenta nueva.

Revisión base de GA4

Empieza por confirmar que GA4 esté recibiendo datos en tiempo real y que los eventos clave estén marcados como conversiones.

- Confirma que el informe en tiempo real muestre tu propia visita al entrar al sitio.
- Verifica que los eventos de compra, lead o contacto aparezcan en la lista de eventos.
- Marca esos eventos clave como conversiones dentro de GA4.
- Excluye tu propio tráfico interno y el de la agencia para no ensuciar los datos.
- Revisa que la zona horaria de la propiedad esté en hora de Colombia.

Revisión del Pixel de Meta en el navegador

El Pixel es la parte de la medición que vive en el navegador del usuario. Confirma que dispare los eventos correctos en cada paso.

- Instala la extensión de prueba del Pixel y recorre tu sitio como cliente.
- Verifica que PageView dispare en todas las páginas.
- Confirma que el evento de compra o lead dispare solo cuando de verdad ocurre.
- Revisa que el evento de compra mande el valor y la moneda en pesos colombianos.
- Asegurate de no tener eventos duplicados disparando dos veces.

Revisión de la API de Conversiones (CAPI)

La API de Conversiones manda los eventos desde el servidor, no desde el navegador. Es lo que recupera las ventas que el Pixel pierde por bloqueadores y cookies.

- Confirma que CAPI esté activa y enviando eventos al mismo conjunto de datos del Pixel.
- Verifica que cada evento tenga su identificador único para no contarse doble con el Pixel.
- Revisa la calidad de la coincidencia de eventos en el administrador de eventos.
- Asegurate de enviar los datos del cliente con el formato correcto y cifrado.
- Confirma que la tasa de deduplicación entre Pixel y CAPI sea alta y estable.

Coherencia entre fuentes

De nada sirve que cada herramienta funcione sola si entre ellas dicen cosas distintas. Cruza los números para detectar fugas.

- Compara la cantidad de compras de GA4 contra las del administrador de eventos de Meta.
- Si hay una diferencia enorme, busca eventos que no disparan o que se duplican.

- Confirma que el valor de las conversiones sea consistente entre plataformas.
- Revisa que los nombres de eventos sean iguales en todas las herramientas.

Checklist final antes de invertir mas

Antes de subir el presupuesto, confirma que cada item de esta lista este en verde. Una medicion sana hoy te ahorra meses de decisiones equivocadas.

- Eventos clave disparando y marcados como conversion en cada plataforma.
- Pixel y CAPI trabajando juntos y deduplicando correctamente.
- Valores de compra reportados en pesos colombianos.
- Trafico interno excluido y zona horaria correcta.
- Una prueba de compra real recorrida de principio a fin con todo registrado.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com