

TagBuilder:

Manual de Usuario

Tabla de Contenido

INTRODUCCION.....	3
INTERFAZ GRÁFICA DE USUARIO	4
FUNCIONALIDADES	5
SITEMAP BUILDER.....	5
Búsqueda de Landings de un Dominio.....	6
Creación de Secciones.....	9
Generación del archivo Tagging Request.....	11
Funcionalidades Básicas Adicionales	13
PÍXEL CREATOR	17
Extracción de Pixelles.....	18
Creación de Pixelles	20
Actualización del Archivo de Tagging Request	21
GTM INTEGRATOR	23
Extracción de Etiquetas de Medición.....	24
Conexión con GTM.....	26
Creación de Etiquetas de Medición	28
CONFIGURACIÓN	31
General.....	32
SiteMap.....	32
Pixels	33
CONFIGURACION AVANZADA	33
ARCHIVO TAGGING REQUEST	34
ESTRUCTURA.....	34
Sheets: Estructura.....	35
NOMENCLATURA	36
Nombres.....	36
Tipos de Activadores.....	37
Variables Fijas	37
USO	37
GUÍA DE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS	38
GLOSARIO.....	39

INTRODUCCION

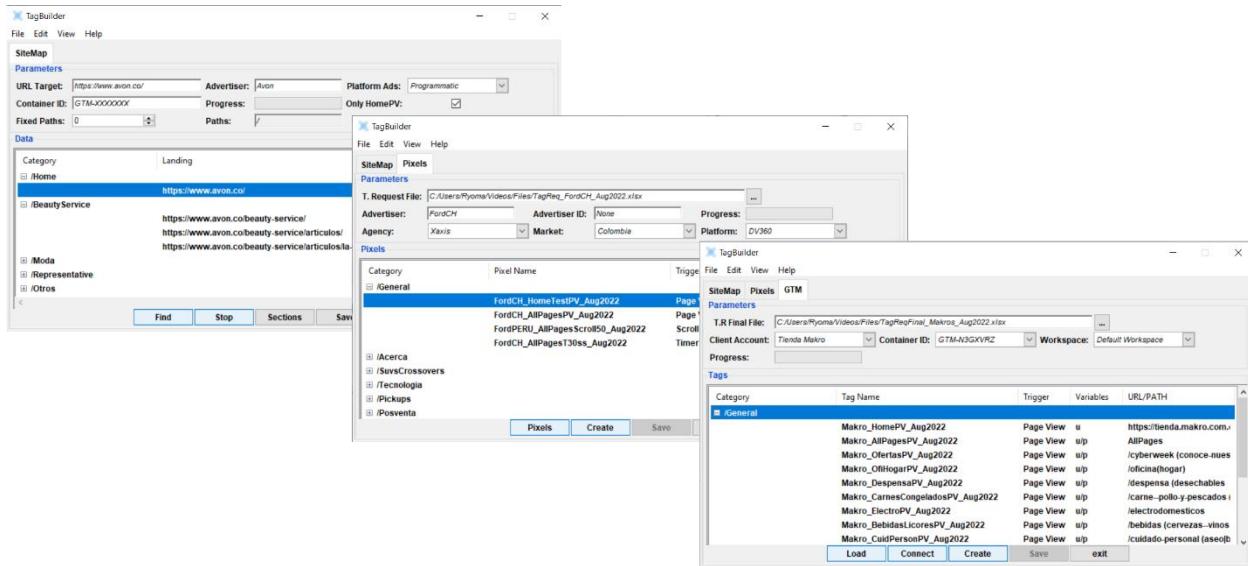


Figura 1: Interfaz gráfica de TagBuilder. Procesos de Construcción del SiteMap, creación de píxeles y etiquetas en GTM.

TagBuilder es una herramienta diseñada para brindar una solución de automatización en la implementación de estrategias de medición a nivel básico e intermedio. Por ende, abarca las siguientes funcionalidades:

1. Búsqueda y categorización de las landings en el dominio de los anunciantes con base en la estructura HTML de los sitios web.
2. Creación y configuración de los respectivos píxeles de conversión y retargeting en los DSP's Xandr, Taboola, DV360 y el DMP Minsights.
3. Implementación de las etiquetas de medición en Google Tag Manager vía API.
4. Implementación de las estrategias de medición en plataformas de analítica como GA4, Google Ads, Facebook, Twitter, entre otras.

Por ende, el objetivo de este manual será mostrar de forma clara y concisa el proceso de operación y funcionamiento de esta herramienta.

INTERFAZ GRÁFICA DE USUARIO

La interfaz gráfica de TagBuilder se ha diseñado de tal forma que los elementos gráficos a través de las diversas funcionalidades de la aplicación son transversales o comunes. Estos elementos, son los siguientes:

1. **Barra de Menús:** Permite el acceso a funcionalidades adicionales y configuración avanzada de la aplicación.
2. **Tabs de funcionalidades:** En cada Tab, se implementa una funcionalidad requerida del proceso de construcción de una estrategia de medición. A saber,
 - a. *SiteMap*: Creación de secciones en base a la estructura HTML del sitio web, y la respectiva categorización de las landings en cada una de las secciones encontradas.
 - b. *Pixels*: Creación y configuración de píxeles en los diferentes DMP's/DSP's más utilizados en operación. Adicionalmente, la creación de los eventos respectivos en las plataformas de analítica (GA4, Ads...), si la estrategia de medición los contempla.
 - c. *GTM*: Creación y configuración de etiquetas en Google Tag Manager.
3. **Sección de Parámetros:** En esta sección se establecen los parámetros necesarios para llevar a cabo cada una de las funcionalidades mencionadas en el literal anterior.
4. **Sección de Visualización:** Esta sección está orientada a la visualización de los resultados de los procesos implementados en cada una de las funcionalidades de TagBuilder.
5. **Sección de Controles:** Básicamente, botones de control encargados de realizar un proceso específico requerido en cada una de las etapas de implementación de la estrategia de medición.

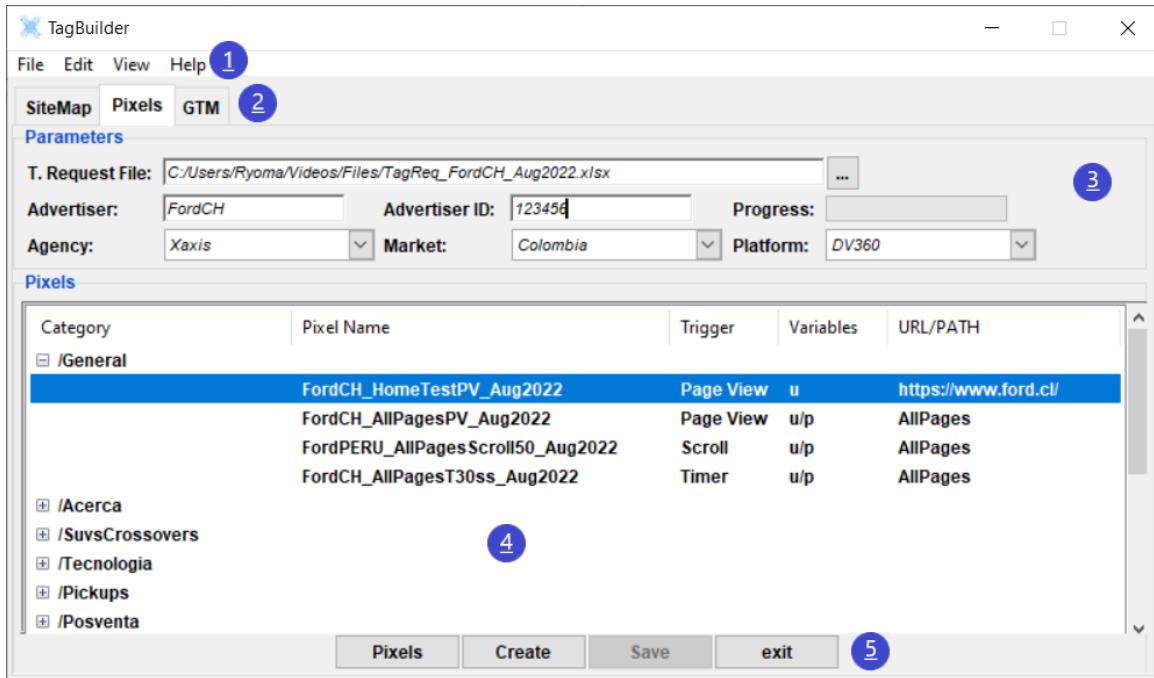


Figura 2: Interfaz Gráfica de TagBuilder

Nota: Cada uno de los componentes de la interfaz gráfica mencionados anteriormente se verán en detalle cuando se aborde la funcionalidad implementada en cada Tab de la aplicación.

FUNCIONALIDADES

En esta sección, se abordará en detalle el funcionamiento de los procesos automatizados por TagBuilder: Creación de secciones, creación y configuración de píxeles. Finalmente, la implementación de las etiquetas en el gestor de etiquetas, Google Tag Manager.

SITEMAP BUILDER

La funcionalidad de SiteMap Builder, que corresponde a la primera pestaña de la interfaz de TagBuilder, la cual se encuentra activa por defecto al abrir la aplicación, es la encargada de realizar el proceso de escaneo y análisis de la estructura HTML del sitio web del anunciante. Con base en este proceso, la aplicación nos sugerirá unas secciones en específico con un conjunto de landings a monitorear.

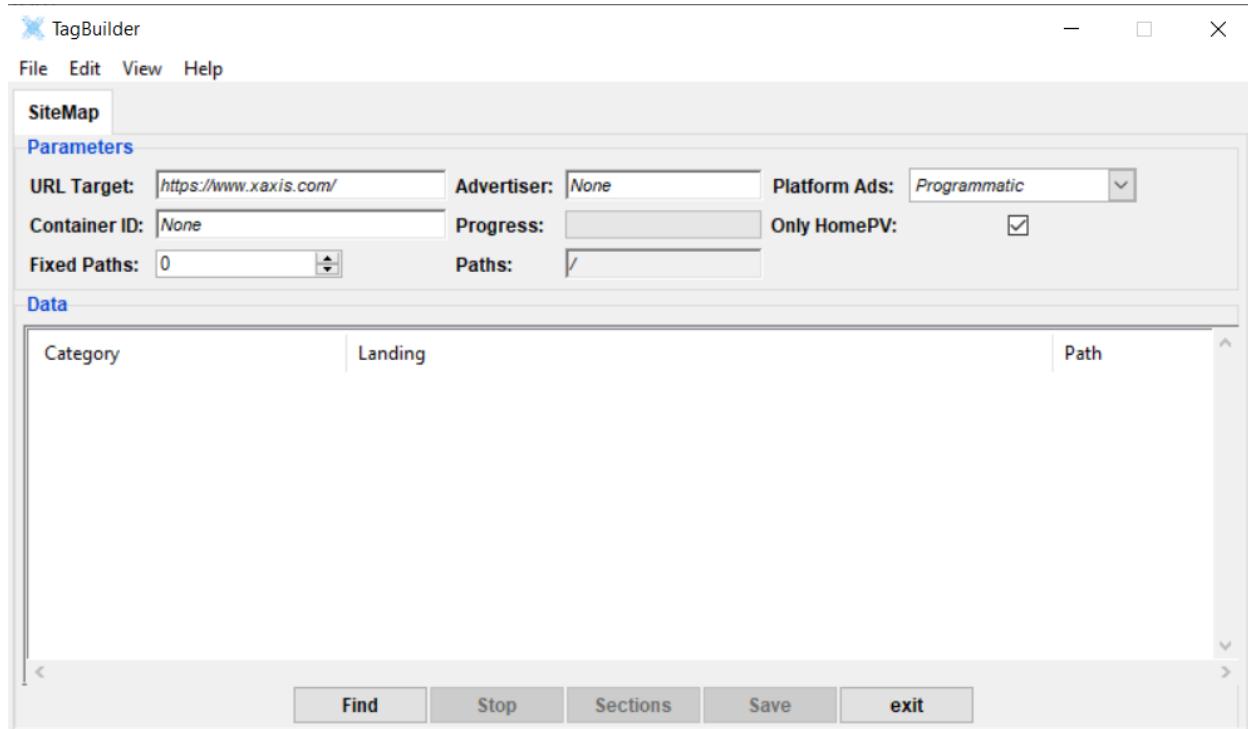


Figura 3: Funcionalidad de SiteMap Builder

Nota: Inicialmente, sólo estarán habilitados los botones **Find/Exit** en la sección de controles, los otros se irán habilitando a medida que se avance en el proceso de construcción del sitemap.

Búsqueda de Landings de un Dominio

El proceso de construcción de secciones necesita como primer subprocesso: la búsqueda de las landings presentes en el dominio del anunciante. Este subprocesso se lleva a cabo de la siguiente manera:

1. En la pestaña de **Sitemap**, en el campo de **URL Target** en la sección de **Parameters**, introducimos la URL de la homepage del anunciante al cual queremos establecerle una estrategia de medición. Por ejemplo, <https://www.micliente.com.ar>.
2. En el campo Advertiser, debemos diligenciar el nombre del anunciante. Este nombre será tomado como base para la creación de los nombres del archivo de Tagging Request, los pixeles y las etiquetas de medición.
3. Por defecto, estará marcada la opción **Only HomePV**. Esto, hará que TagBuilder realice la creación de las secciones a partir del análisis de la estructura HTML de la Home del anunciante.
4. Dar clic en el botón Find, en la sección de controles, para iniciar el proceso de búsqueda de las landings presentes en el dominio del anunciante.

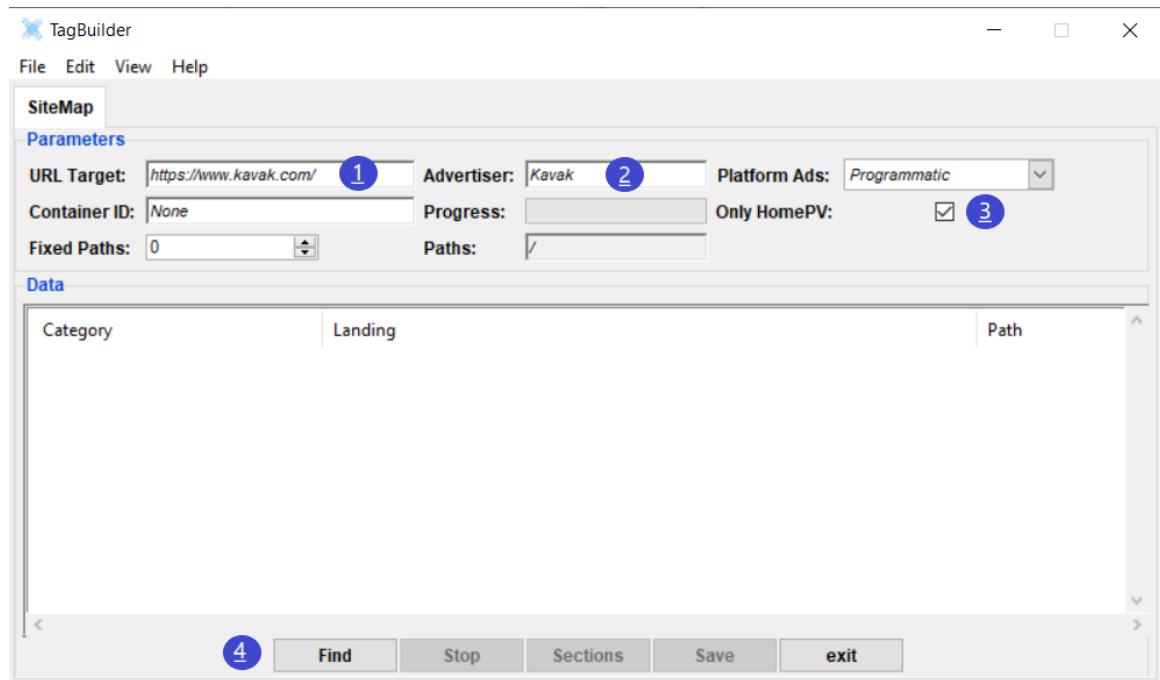


Figura 4: Pasos básicos para el subprocesso de búsqueda de landings en el dominio del anunciante.

5. Este proceso, dará inicio al análisis de la estructura HTML de la Home y tratará de obtener la mayoría de landings presentes en el dominio del anunciante. Se habilitará el botón de **Stop**, en dado caso que deseemos detener el proceso y se deshabilitará el botón de Find, para evitar realizar dos procesos simultáneos. Adicionalmente, podremos observar de manera visual el avance en esta etapa por medio de la barra indicadora de avance **Progress** ubicada en la sección Parameters.

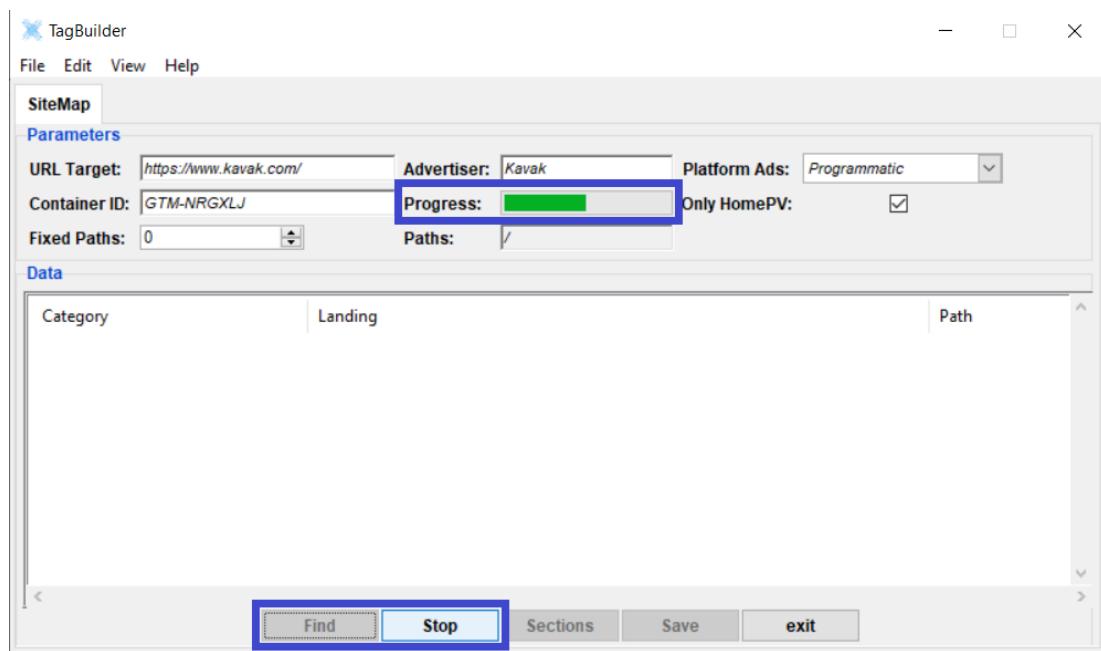


Figura 5: Inicio proceso de búsqueda de Landings.

6. TagBuilder notificará cuando el proceso de búsqueda y recolección de landings del dominio especificado haya terminado a través de una ventana emergente o pop-ups, y la barra de **Progress** llegará al 100%. Al final de este proceso, TagBuilder habrá encontrado las landings que utilizará como insumo para la creación de las secciones en el archivo de Tagging Request. Adicionalmente, si el sitio web tiene implementado uno o más contenedores de GTM, nos mostrará el ID/IDs del mismo en el campo de **Container ID**, en caso contrario, mostrará GTM-XXXXXXX.

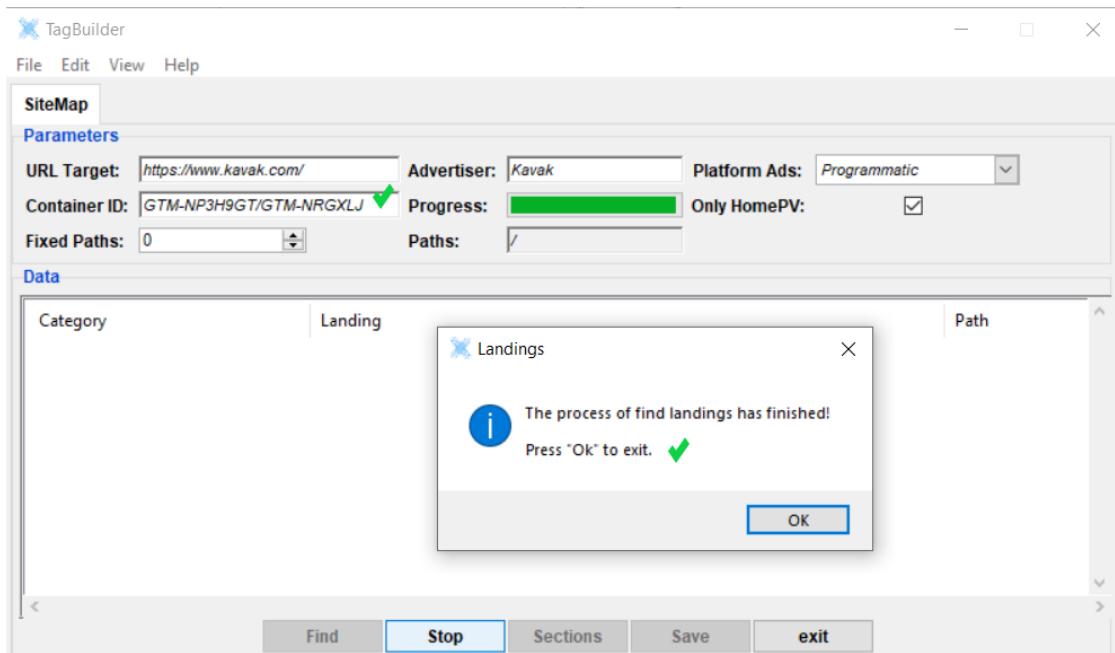


Figura 6: Finalización proceso de búsqueda de Landings.

Creación de Secciones

Este subprocesso consiste en: el análisis de las landings encontradas, la determinación de secciones tomando como patrón de clasificación por defecto el path de las URL's, y finalmente la clasificación de las landings en cada una de las secciones creadas. TagBuilder lleva a cabo estas tareas por medio de los siguientes pasos:

1. Cuando el proceso de *búsqueda de landings* ha finalizado, en la interfaz de TagBuilder se habilitará el botón de **Sections**.
2. En el campo de **Advertiser** en la sección de *Parameters*, suministramos el nombre del Advertiser tal como aparece en la plataforma del DSP o del DMP. Este nombre será tomado como base para la creación de los nombres del archivo de Tagging Request, los pixeles y las etiquetas de medición.
3. Damos clic en el botón de **Sections**, y ¡Esperamos a que Tag Builder haga su trabajo!

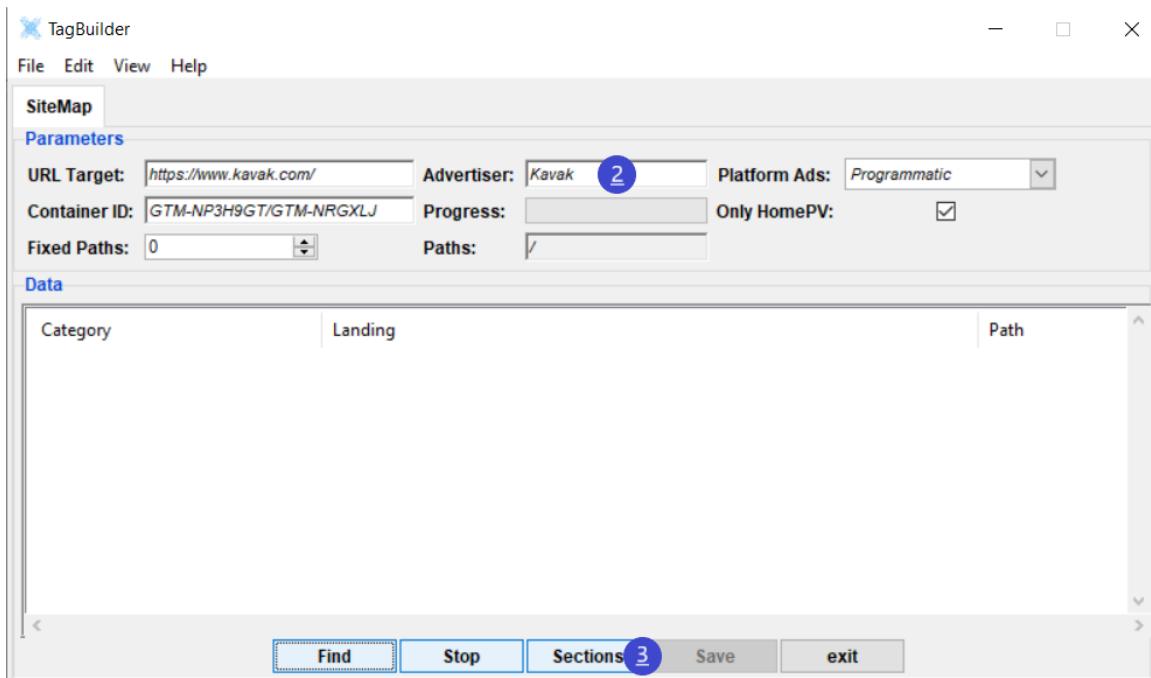


Figura 7: Pasos básicos para la generación de Secciones.

4. Se deshabilitará el botón **Sections**, con el objetivo de evitar procesos simultáneos debido a que el usuario presione más de una vez dicho botón mientras se está llevan ya un proceso de generación de secciones.
5. TagBuilder informará cuando el proceso de generación de secciones haya terminado por medio de una pop-ups. Adicionalmente, desplegará las categorías encontradas en la *sección de visualización*.

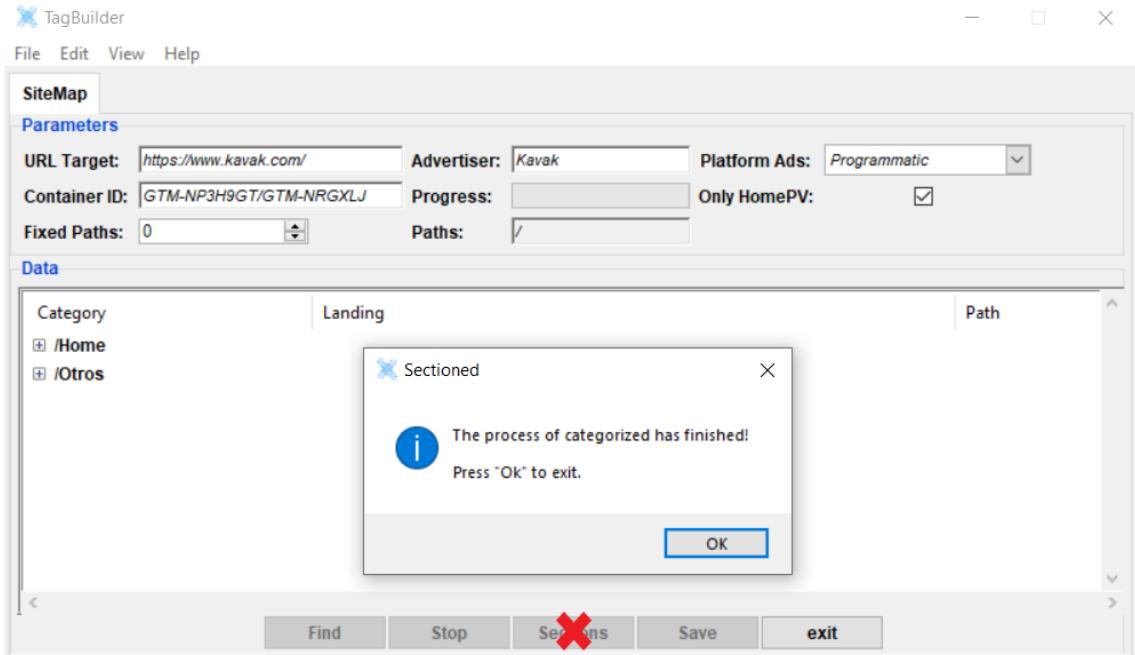


Figura 8: Botón Sections Deshabilitado y notificación de proceso terminado.

6. Damos clic en OK. Se habilitará nuevamente el botón **Sections** al igual que el botón **Save**. En la sección de visualización podremos explorar las secciones generadas, y las landings que pertenecen a cada una de ellas.

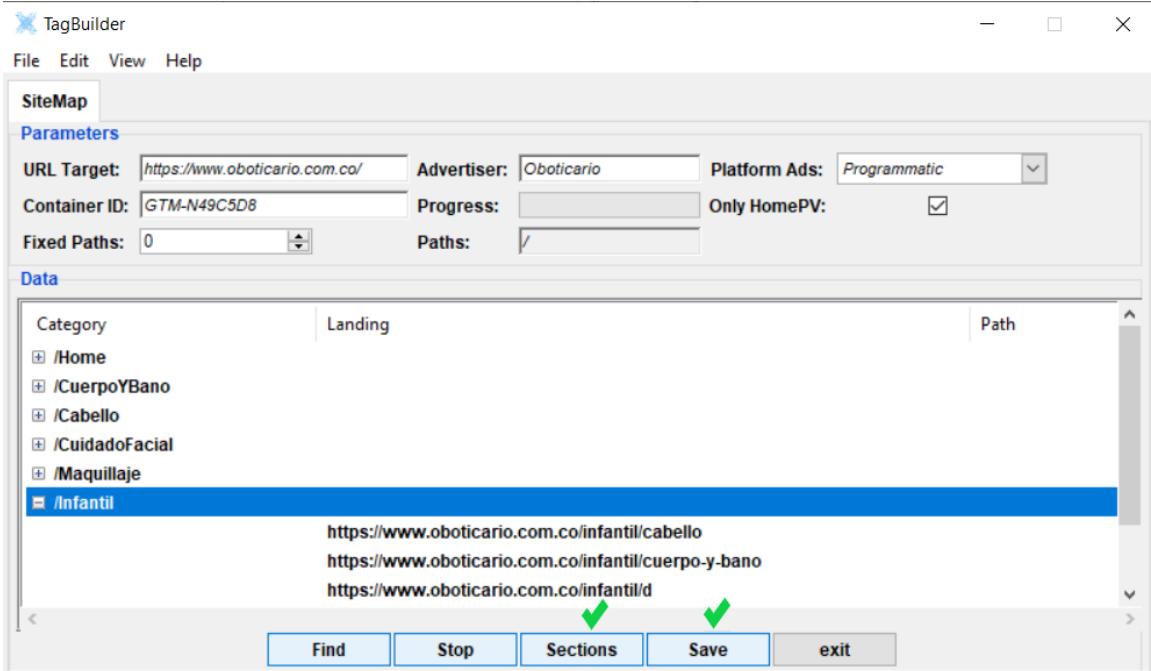


Figura 9: Visualización de secciones y landings en TagBuilder.

Generación del archivo Tagging Request

Esta funcionalidad permite la generación del archivo de Tagging Request, que usará TagBuilder, como insumo para la fase de creación de los pixeles. TagBuilder se basa en los siguientes lineamientos para generar este archivo:

1. El nombre del archivo será generado directamente por la aplicación, para facilitar procesos de estandarización.
2. El nombre de los pixeles de retargeting/conversión serán determinados por la aplicación para facilitar procesos de estandarización.
3. El tipo de archivo generado por TagBuilder será un archivo Excel (.xlsx).
4. Por cada sección generada se creará un sheet dentro del archivo Excel, que contendrá datos sobre los pixeles a crear como: nombre, tipo de disparador, variables, DSP, entre otros datos.
5. El archivo tendrá:
 - a. Un sheet llamado **Home**, que contendrá la información con respecto a los pixeles básicos de cualquier estrategia de medición, a saber: **HomePV**, **AllPagesPV**, **Scroll a 50% de profundidad, un Timer a 30 s**. Estos pixeles recomendados pertenecerán al *upper-funnel*.
 - b. Un sheet llamado **Funnel**, que incluirá la información relacionada a pixeles básicos de conversión de tipo lower-funnel.
 - c. Un sheet llamado **Otros**, el cual agrupará todas las landings que fueron encontradas en el proceso de búsqueda, pero no pudieron ser categorizadas bajo ninguna de las secciones creadas, o secciones bajo las cuales se encontraron menos de tres landings.

El proceso para generar el archivo de Tagging Request, es el siguiente:

1. Revisar en campo de advertiser, en la sección de Parameters.
2. Dar clic en el botón Save, en la sección de controles.

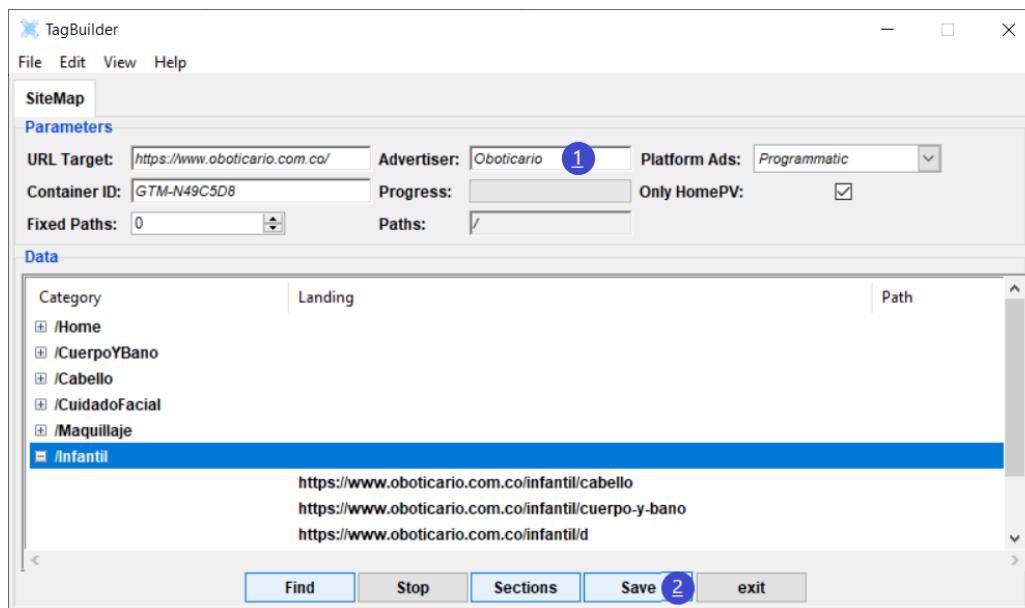


Figura 10: Generación archivo TR. Pasos 1 y 2.

3. Aparecerá una ventana emergente que nos permitirá seleccionar el directorio donde deseamos guardar el archivo. Después de seleccionar el directorio, damos clic en *Seleccionar*.

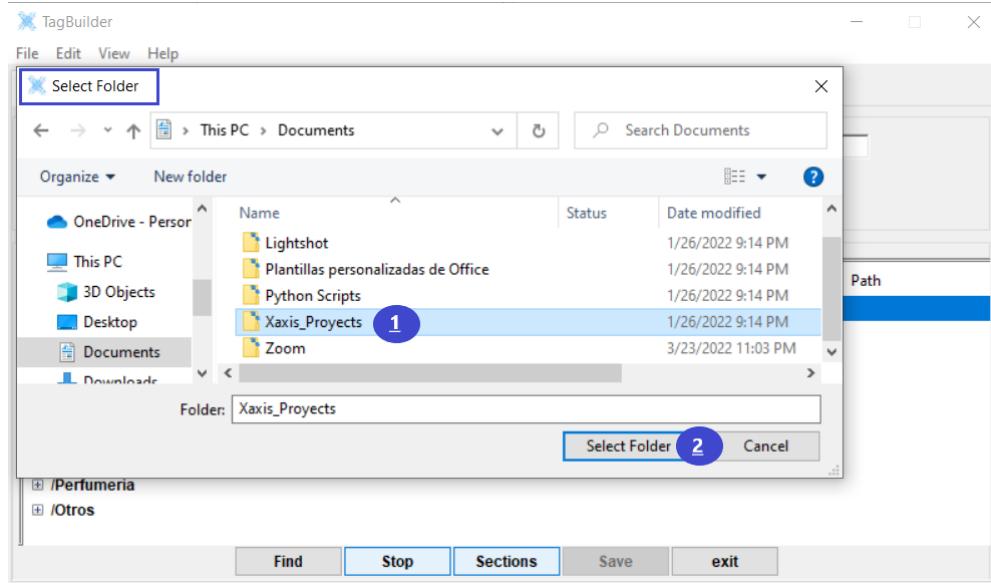


Figura 11: Selección directorio para almacenar el archivo TR. Subprocesos: 1- Seleccionar el folder.
2-Clic en Select Folder.

La ubicación para guardar el archivo de TR, debe ser un directorio en el cual se tengan permisos de escritura y lectura.

4. Aparecerá una ventana emergente indicando que el proceso de generación y guardado del archivo de Tagging Request ha finalizado. Damos clic en *OK*.

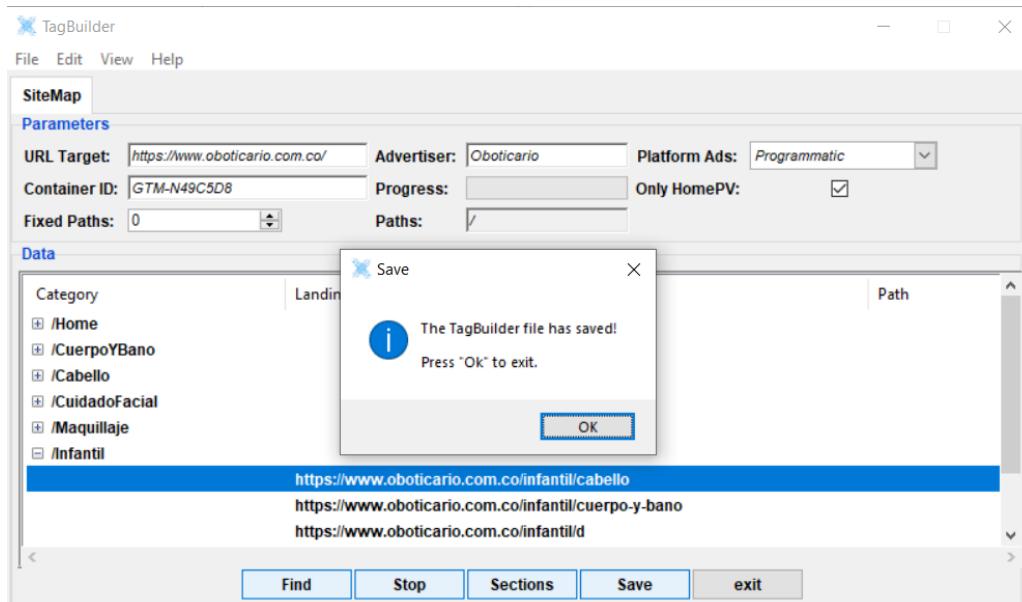


Figura 12: Finalización proceso de Generación y guardado.

File		Home	Insert	Page Layout	Formulas	Data	Review	View	Help
F31		<input type="button" value="X"/>	<input type="button" value="V"/>	<input type="button" value="fx"/>	https://www.oboticario.com.co/		<input type="button" value="Share"/>	<input type="button" value="Comments"/>	
2	A	B	C	D	E	F	G	H	I
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									
26									
27									
28									
29									
30									
31									
32									
33									
34									
35									
36									
37									
38									
39									
40									
41									
42									
43									

Figura 13: Archivo de Tagging Request

Se profundizará sobre el formato del archivo de Tagging Request, el formato de nomenclatura, y las acciones que deben realizar los diferentes usuarios con el archivo en la sección [Archivo Tagging Request](#) de este manual.

Funcionalidades Básicas Adicionales

TagBuilder ha incorporado algunas funcionalidades, que permiten realizar modificaciones y ajustes en el proceso de creación de secciones, con el objetivo de obtener mejores resultados en el proceso de automatización. Son tres las funcionalidades básicas adicionales, a saber:

1. **Segmentación de Secciones Avanzada:** Consiste en un análisis y escaneo avanzado de la estructura HTML de los sitios web de los anunciantes. Esta funcionalidad se accede cuando desmarcamos la opción **OnlyHomePV**, en la sección de *Parameters*. Muy útil, en casos en los cuales el proceso de seccionado arroje, por ejemplo, sólo la categoría de *Home*.



Figura 14: Funcionalidad de análisis y escaneo avanzado.

Al desmarcar esta opción, le estamos indicando a TagBuilder que intente aplicar algunas técnicas y algoritmos avanzados en la búsqueda de landings, si la estructura del sitio web lo permite. Si es así, obtendremos un mayor número de landings (especialmente en sitios altamente dinámicos en su diseño), y, por ende, mejores resultados en la generación de secciones.

A continuación, se realiza un comparativo entre las dos opciones de búsqueda y creación de secciones para el anunciante **Ford México**.

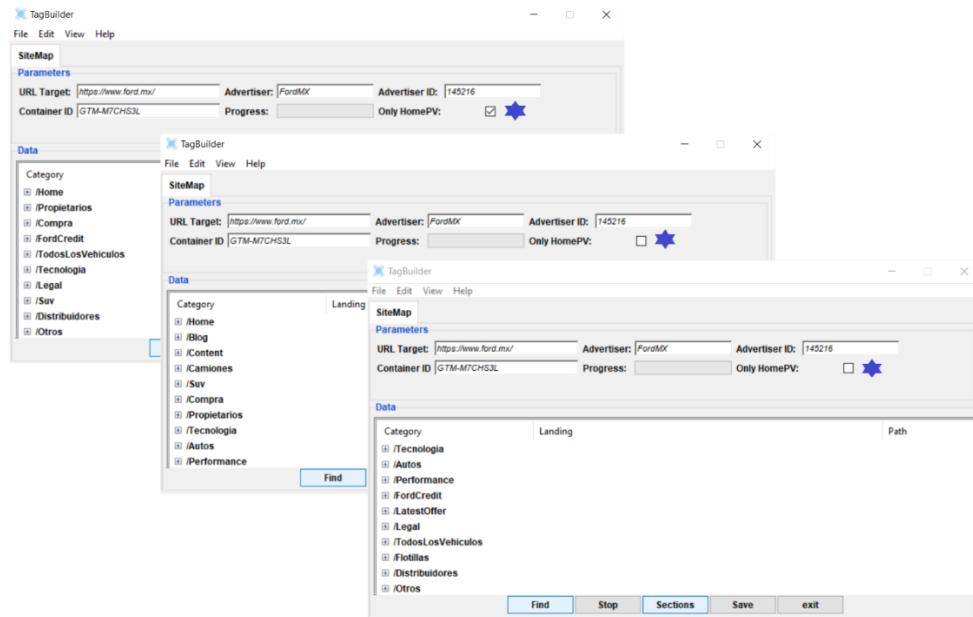


Figura 15: Creación de Secciones Básica vs Avanzada.

Dejando marcada la opción de **OnlyHomePV**, se obtuvieron 10 secciones distintas en base a la estructura del sitio web. En cambio, cuando se desmarca esta opción se han obtenido 17 secciones distintas. Por defecto, está configurada la búsqueda básica, pero en casos de **Top Clients** o la segmentación de secciones que nos arroje TagBuilder no nos convenza, siempre podremos intentar una búsqueda avanzada.

2. Eliminación de Secciones/Landings: En ocasiones TagBuilder, encuentra secciones/landings que no son requeridas en nuestra estrategia de medición web. Por lo tanto, la aplicación ha incorporado la funcionalidad de eliminarlas de una manera sencilla desde la interfaz antes de generar el archivo de Tagging Request. El procedimiento es el siguiente:

- Seleccionamos la categoría/landing que deseamos eliminar:
 - Si es una sola categoría/landing, solo damos clic sobre ella en la sección de visualización.
 - Si son varias, presionamos la tecla CTRL sostenido y vamos dando clic sobre las categorías/landings que deseamos eliminar.
- Presionamos la tecla SUPR, y ¡listo!

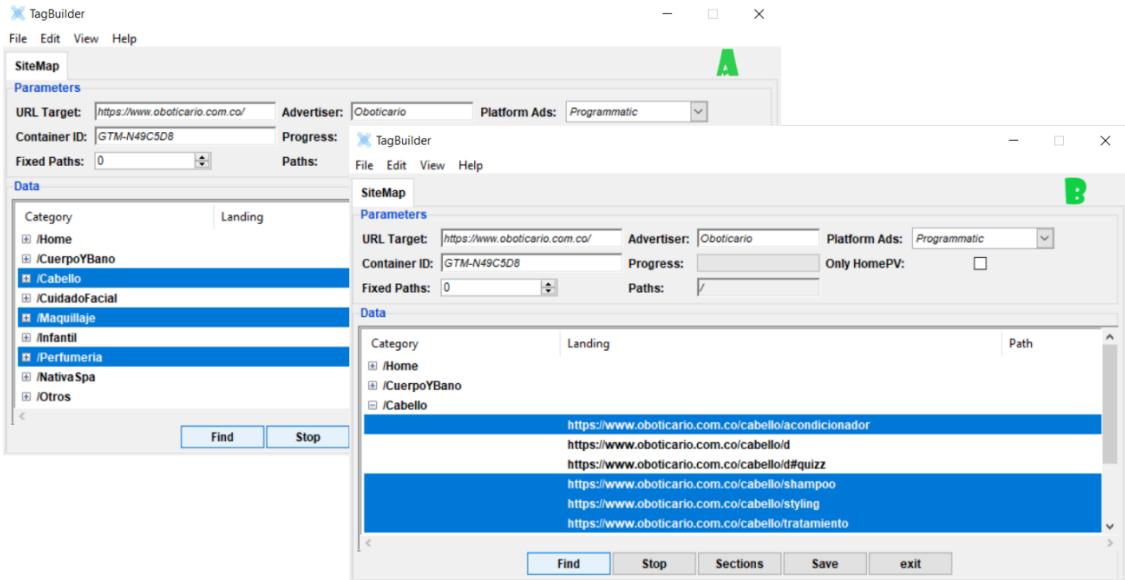


Figura 16: Eliminación de Categorías/Landings. A-Selección de varias categorías.
B-Selección de varias landings dentro de una categoría.

3. **GTM Finding:** Aunque no es una funcionalidad relacionada a la creación de secciones, permite al usuario saber si el sitio web del anunciante ha implementado el contenedor de GTM o no, y retorna el ID de este en caso de ser así. En caso de no haber un contenedor de GTM implementado, TagBuilder retornará **GTM-XXXXXXX**. Si hay varios contenedores de Google tag manager, nos mostrará cada uno de los ID, separados por un slash (/): **GTM-NUMBER1/GTM-NUMBER2/...**



Figura 17: GTM ID

5. **SiteMap con Paths adicionales:** Cuando los anunciantes operan en varios países o regiones, es frecuente que comparten un dominio principal de hosting, y separen cada una de las homepage de sus operaciones locales agregando un path al dominio principal, por ejemplo: **/ar, /co, etc.** En estos casos, sería errado construir el SiteMap con base en el dominio principal. Por lo tanto, TagBuilder ha incorporado dos campos en la funcionalidad de la construcción del SiteMap, a saber:
 - Fixed Paths:** Este campo nos permite indicarle a TagBuilder el número de paths que junto al dominio principal conforman la URL de la Homepage.
 - Paths:** Este campo nos permite verificar rápidamente los paths que tendrá en cuenta TagBuilder de la URL que hemos suministrado en el campo de URL Target.

Por ejemplo, BASF una empresa en el sector químico agrícola, maneja operación en varios países y en varios idiomas. Por ende, BASF maneja un dominio principal, y los dos primeros paths en las landings de las homepage de sus operaciones locales los reserva para determinar: el país, y el idioma. Así que, por ejemplo. La homepage para argentina en español y la de Australia en inglés sería: <https://agriculture.bASF.com/ar/es.html> y <https://agriculture.bASF.com/au/en.html> respectivamente.

Ilustraremos el proceso para construir el SiteMap para la operación regional de Argentina de BASF.

- I. En el campo de URL Target, en la sección de parámetros, colocamos la homepage de BASF para Argentina, <https://agriculture.bASF.com/ar/es.html>.
- II. En el campo de Fixed Paths lo configuramos en 2, ya que la homepage está conformada por el dominio principal más los dos primeros paths: /ar/es.html
- III. En el campo de Paths, podremos visualizar los path que tendrá en cuenta TagBuilder para construir el SiteMap. Observaremos que se eliminará la extensión .html
- IV. Seguimos el proceso descrito en las secciones anteriores en la construcción del SiteMap con base en la homepage del anunciante.



Figura 18: Configuración de paths adicionales en la homepage.

- V. Cuando el proceso de construcción del SiteMap haya terminado, se podrá observar que todas las landing contempladas en las diferentes audiencias pertenecerán al dominio regional de Argentina que contempla los dos path fijos que hemos configurado.

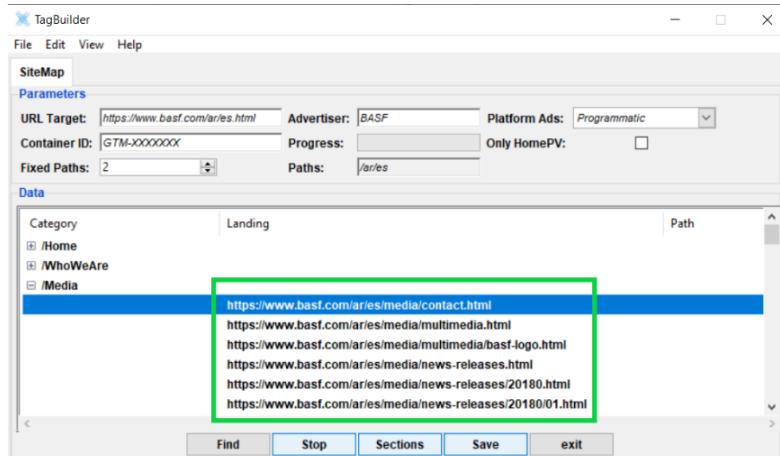


Figura 19: Sitemap con paths fijos.

PÍXEL CREATOR

TagBuilder implementa el proceso de creación de los pixeles de retargeting y conversión en los DSP's Xandr, DV360, Taboola y el DMP Minsights, por medio de la funcionalidad de Pixel Creator. Adicionalmente, Pixel Creator permitirá la creación de los eventos que se contemplen en la estrategia de medición en las plataformas de analítica como GA4, Google Ads, Facebook, entre otras. Esta funcionalidad corresponde a la segunda pestaña de TagBuilder, la cual no se encuentra visible por defecto. Para habilitarla, debemos ir a la barra de menús y en la opción **View > Pixel Creator** dar clic.

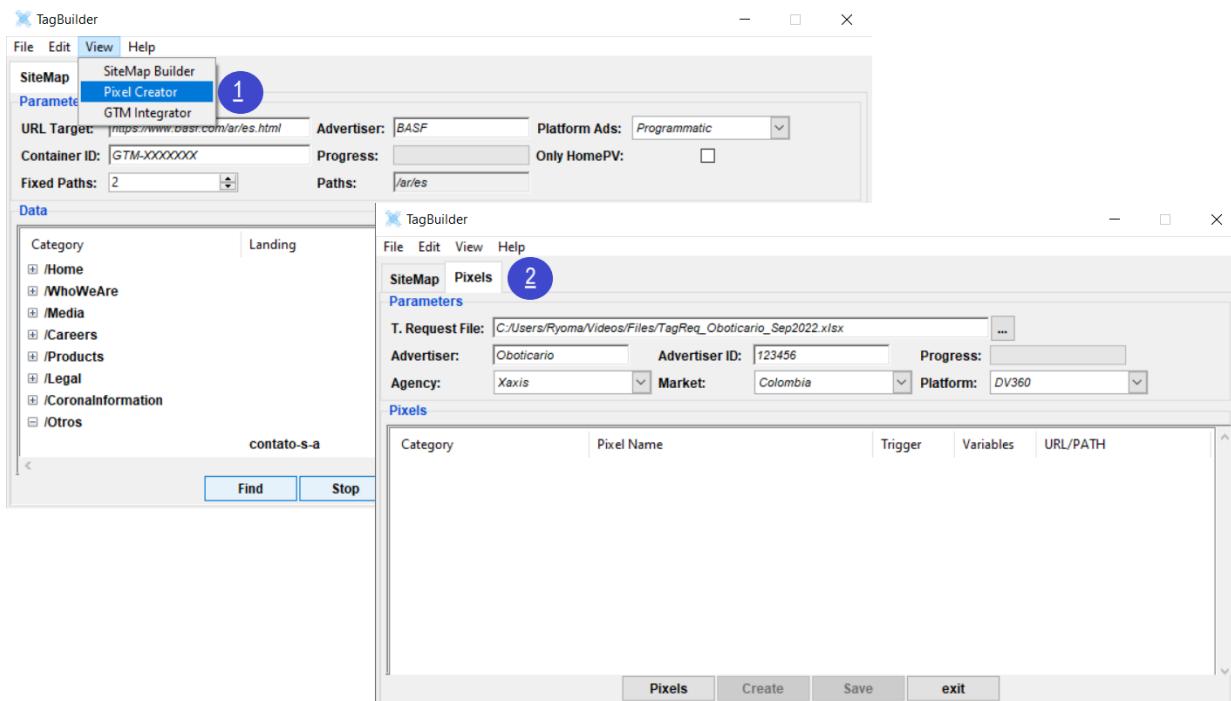


Figura 20: Habilitar Funcionalidad de Píxel Creator in TagBuilder.

Los campos de **T. Request File** y **Advertiser** de la sección de *Parameters* cargarán los valores del último archivo de Tagging Request generado en la pestaña de SiteMap una vez que se habilite la funcionalidad de Pixel Creator. Los botones **Pixels** y **Exit** se encontrarán activos, los otros se irán habilitando a medida que se avance en el proceso de creación de pixeles en las diferentes plataformas.

La funcionalidad de creación de los pixeles en las diferentes plataformas se implementa a través de tres grandes subprocessos:

1. Extracción de los parámetros de los pixeles a crear del archivo de Tagging Request.
2. Creación de los Pixeles en las diferentes plataformas.
3. Actualización del archivo de Tagging Request con los códigos de los diferentes pixeles creados en las plataformas de marketing digital.

Extracción de Pixeles

El proceso de extracción de pixeles del archivo de Tagging Request, consiste en la lectura que realiza TagBuilder de las casillas relacionadas a la información sobre los pixeles de retargeting y/o conversión que se desean crear en cada una de las 4 plataformas disponibles, a saber: Xandr, DV360, Taboola y Minsights. Algunas consideraciones importantes en esta etapa son las siguientes:

1. El Archivo de Tagging Request que leerá TagBuilder, deberá tener diligenciadas las casillas respectivas a los pixeles que se desean crear en cada una de las plataformas, al igual que información importante de configuración de estos.

Nombre archivo	URL	Variables tipo	Condicional para el botón	Pear (M) Insights	Xandr	DV360	Taboola		
					Pixel retargeting	Pixel conversión	Pixel retargeting/conversión	Pixel retargeting	Pixel conversión
BBVA_HomePV_Mar2022	https://www.bbva.com.co/	u							
BBVA_AllPages_Mar2022	AllPages	u/p							
BBVA_AllPagesScroll50_Mar2022	AllPages	u/p							
BBVA_AllPagesT30sec_Mar2022	AllPages	u/p							
								Si	

Figura 21: Diligenciamiento de Casillas de Pixeles a crear en TR.

2. Adicionalmente a los pixeles relacionados a la segmentación de secciones realizada por TagBuilder, se incluyen algunos pixeles básicos en la estrategia de medición web, a saber:
 - a. **HomePV**: Medir el tráfico y comportamiento de los usuarios en la homepage del anunciante.
 - b. **AllPages**: Medir el tráfico y comportamiento de todos aquellos usuarios que no pueden ser clasificados en algunas de las secciones que han sido modeladas con TagBuilder.
 - c. **AllPagesScroll50**: Generar una sección en base a comportamiento de todos aquellos usuarios que en cualquiera de las landings del anunciante han realizado una vista de la página de al menos 50%, medido en una dirección vertical.
 - d. **AllPagesT30ss**: Generar una sección de usuarios que en han permanecido al menos 30 s, en cualquiera de las landings del anunciante.
3. TagBuilder sólo admitirá el formato de Tagging Request que la aplicación ha generado en la etapa anterior de creación de secciones. Por defecto, para esta estrategia de Tagging básico, el usuario tan sólo tendrá que diligenciar las casillas relacionadas a las plataformas donde se desea crear los pixeles con Si/No. Para mayor detalle del manejo de este archivo, revisar la sección de [Archivo de Tagging Request](#).

El procedimiento de extracción de los pixeles que se desean desde la aplicación de TagBuilder, es el siguiente:

1. Clic en el botón ... ubicado en la sección de *Parameters*.
2. Nos aparecerá una ventana emergente, en la cual deberemos buscar el archivo de Tagging Request que contiene la información de los pixeles a crear. Seleccionamos el archivo deseado.
3. Clic en Open.

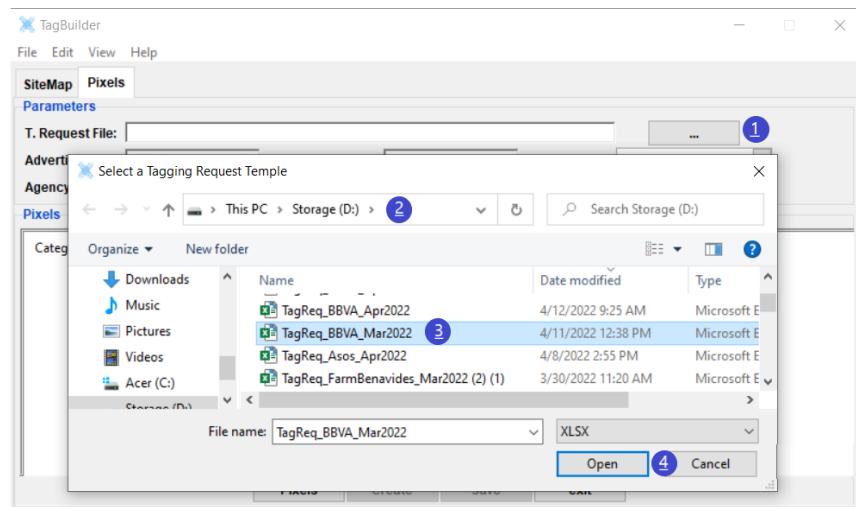


Figura 22: Selección Archivo de Tagging Request.

4. Clic en el botón **Pixels**. El botón se deshabilitará para evitar, por error, se intente ejecutar varias veces el proceso de manera simultánea.



Figura 23: Inicio de Extracción de los Pixelles del TR.

5. TagBuilder nos indicará que el proceso de extracción de pixeles ha finalizado a través de una ventana emergente. Clic en **OK**.
6. Se volverá habilitar el botón de Pixels, al igual que el botón de Create.
7. Podremos verificar en la sección de visualización, todos los pixeles propuestos por TagBuilder que han sido extraídos del archivo.

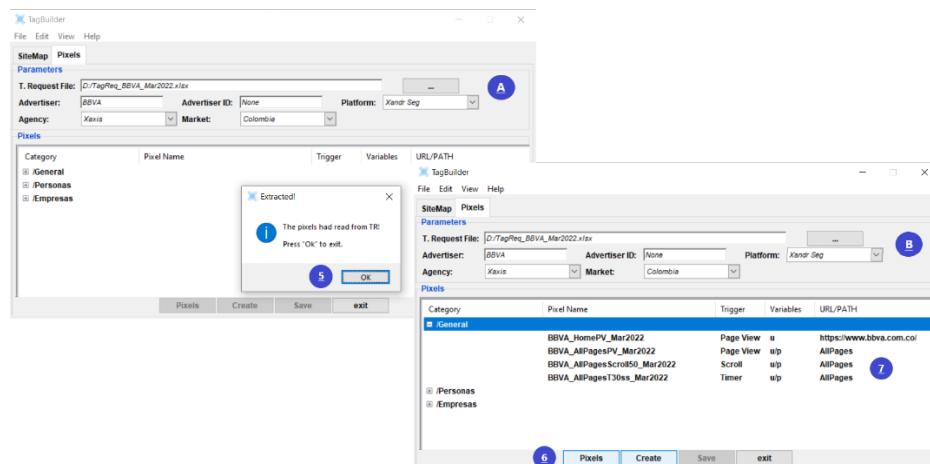


Figura 24: Fin del proceso de Extracción de Pixelles. A-Paso 5.
B-Pasos 6 y 7.

Creación de Pixelles

Finalizado el proceso de extracción, estamos listos para iniciar el proceso de creación de pixelles en cada una de las plataformas, en las cuales se requiera de acuerdo con la estrategia de medición web que se haya diseñado. El procedimiento es el siguiente:

1. Verificar que el nombre del anunciante coincida exactamente con el nombre asignado en el DSP o el DMP en donde deseamos crear los pixelles.
2. Diligenciar los campos de **Advertiser ID, Agency and Market**, los cuáles deben coincidir con los datos que registrados por el DSP o el DMP que vamos a trabajar.
3. Seleccionar el DSP o DMP en el cuál deseamos crear los pixelles.



Figura 25: Diligenciamiento de los datos de los pixelles a crear.

4. Clic en **Create**.

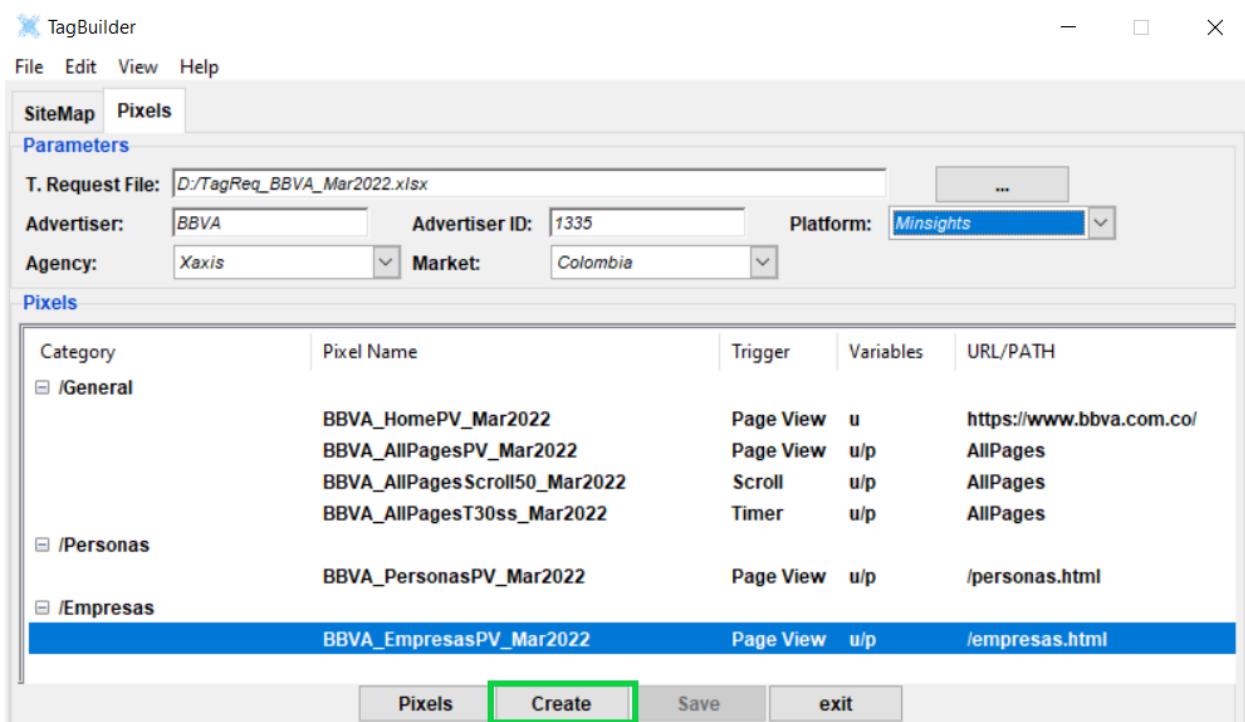


Figura 26: Inicio del Proceso de creación de Pixelles.

5. Se deshabilitará el botón de **Create**.



Figura 27: Inicio Proceso de Creación de Pixeles

6. TagBuilder indicará a través de una pop-up cuando el proceso de creación de pixeles haya finalizado.

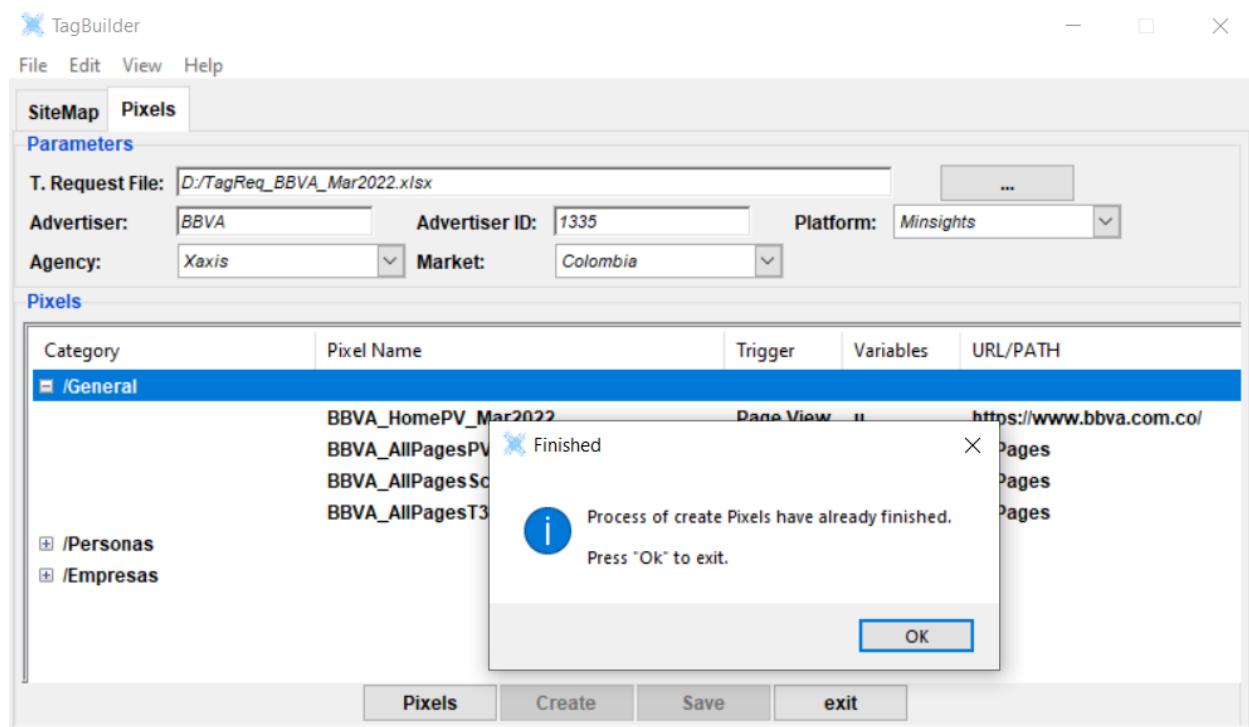


Figura 28: Finalización del Proceso de Creación de Pixeles

7. Si deseamos crear los pixeles en otro DSP o DMP, repetimos el proceso desde el **paso 1**.

Actualización del Archivo de Tagging Request

El último proceso que comprende la etapa de creación de pixeles consiste en la actualización del archivo de Tagging Request con el código JavaScript generado por cada una de las plataformas en las cuales hemos creado algún píxel. Para realizar este proceso, debemos seguir los siguientes pasos en TagBuilder:

1. Clic en el botón **Save**. Se deshabilitará, para evitar procesos concurrentes.
2. Aparecerá una ventana emergente que nos permitirá seleccionar el directorio en el cuál deseamos guardar el archivo actualizado. Si escogemos el directorio actual del archivo de Tagging Request leído, lo reemplazará. Es importante que no haya ninguna instancia del archivo abierto.
3. Clic en **Select Folder**.

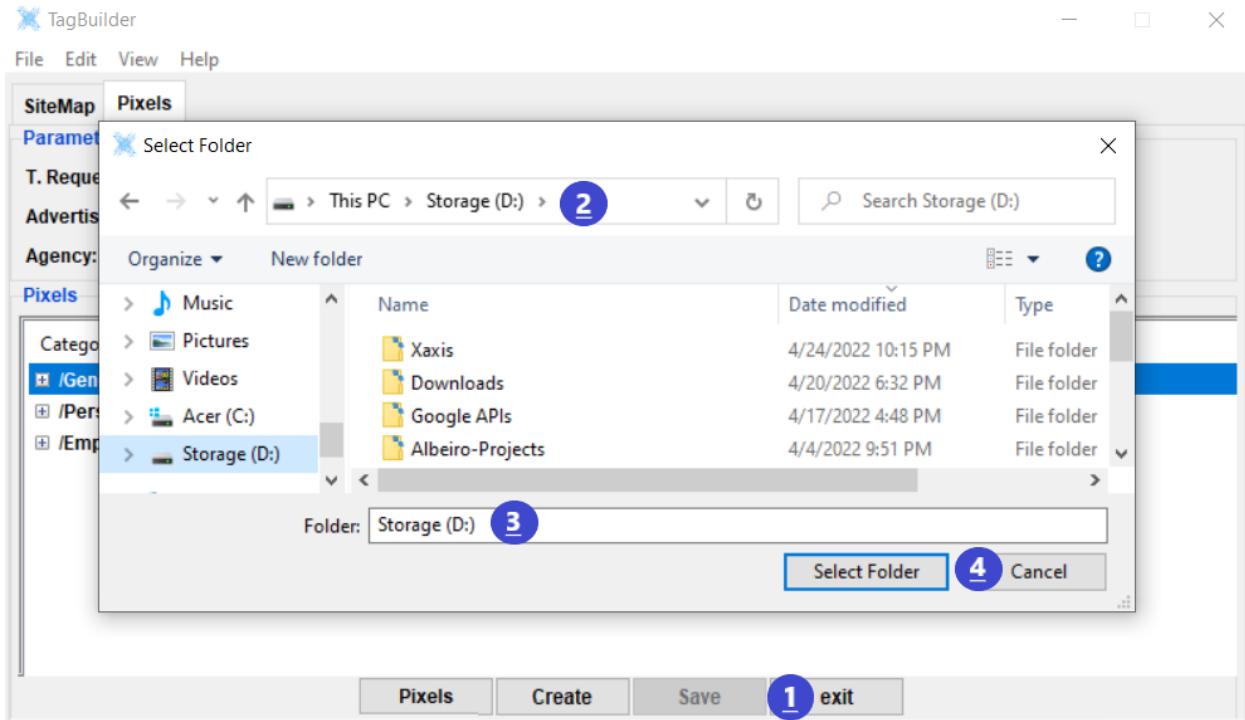


Figura 29: Selección del directorio para actualizar TR.

4. TagBuilder nos notificará cuando el archivo haya sido actualizado a través de una ventana emergente. Clic en **OK**.

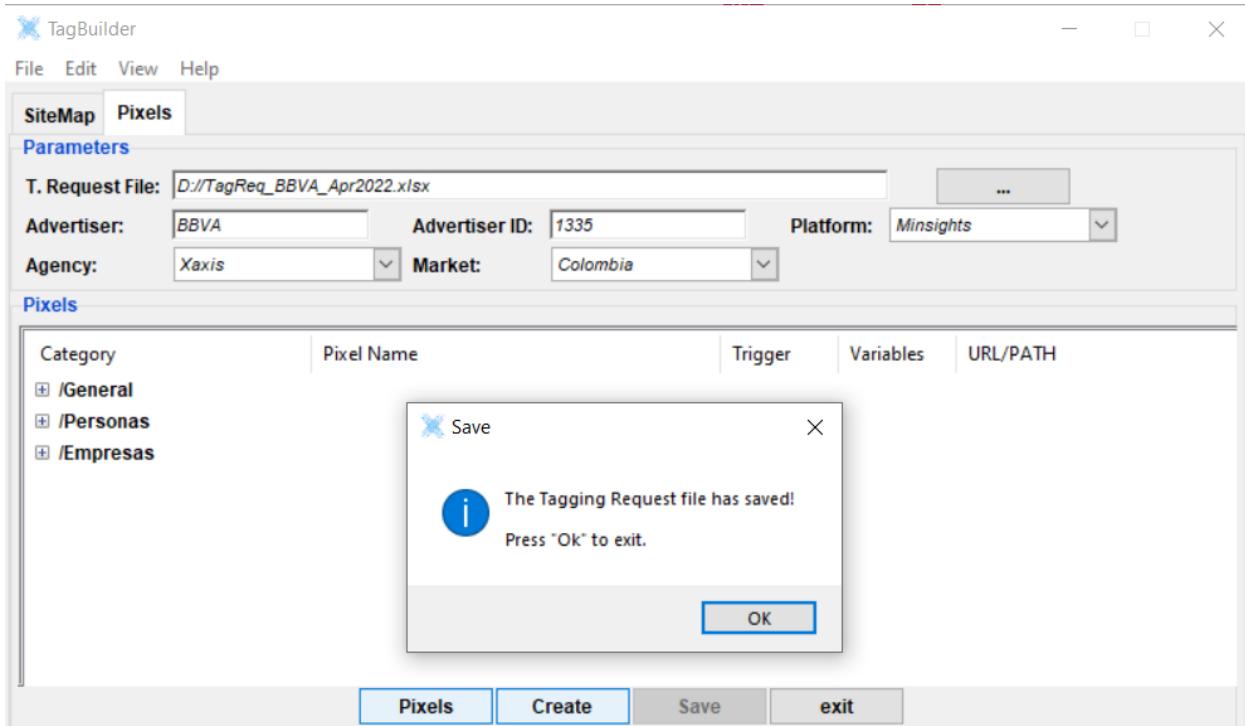


Figura 30: Tagging Request Actualizado.

GTM INTEGRATOR

La última etapa en la implementación de una estrategia de medición es la creación de las etiquetas de medición respectivas a cada uno de los pixeles creados en la etapa anterior, en Google Tag Manager. Para ello, TagBuilder incorpora su funcionalidad de GTM Integrator que corresponde a la tercera pestaña que podrán habilitar los usuarios. Para habilitarla, debemos ir a la barra de menús y en la opción **View->GTM Integrator** dar clic.

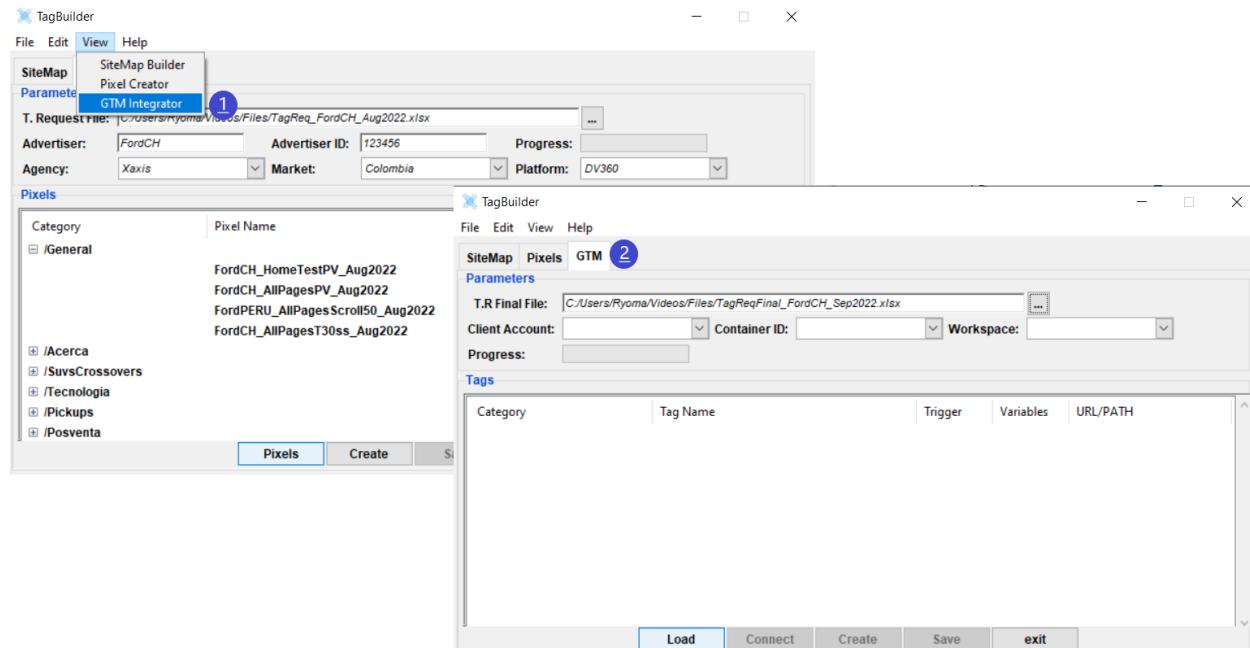


Figura 31: Funcionalidad de GTM Integrator.

El campo de **T.R Final File**, de la sección de *Parameters*, cargará la dirección del path del último archivo de Tagging Request generado en la pestaña de SiteMap, una vez que se habilite la funcionalidad de Píxel Creator. Los botones **Load** y **Exit** se encontrarán activos, los otros se irán habilitando a medida que se avance en el proceso de creación de las etiquetas contempladas en la estrategia de medición.

La implementación de las etiquetas de medición en la plataforma de Google Tag Manager contempla tres grandes subprocessos:

1. Extracción de los parámetros de las etiquetas a crear del archivo de Tagging Request Final.
2. Conexión vía API de GTM con TagBuilder.
3. Creación de las etiquetas en el contenedor de GTM del anunciante.

Extracción de Etiquetas de Medición

El proceso de extracción de los parámetros de configuración de las etiquetas de medición es similar al proceso de extracción de pixeles, procedentes del archivo de Tagging Request, con las siguientes observaciones:

1. TagBuilder implementará las etiquetas de medición en las cuales se especifique el código del píxel, en las casillas de las plataformas del archivo Tagging Request Final.

Etiquetas	Tipo URL	Tipo de condición activación	Nombrar script	URL	Variablos tipo	Condición para el botón	Pixel URL	Pixel	DIV URL	Pixel URL	Tablero
Aparece en	None	Page View	ScriptName_Pv_Javascript	https://www.xaxis.com.mx/	x		img src="" (ver generando medición)				
Sección	Page View	ScriptName_Pv_Javascript	ScriptName_Pv_Javascript	https://www.xaxis.com.mx/	url		img src="" (ver generando medición)				
Botón	Page View	ScriptName_Btn_Javascript	ScriptName_Btn_Javascript	https://www.xaxis.com.mx/	url		img src="" (ver generando medición)				
Sección	Page View	ScriptName_Btn_Javascript	ScriptName_Btn_Javascript	https://www.xaxis.com.mx/	url		img src="" (ver generando medición)				
Timer	Page View	ScriptName_Timer_Javascript	ScriptName_Timer_Javascript	https://www.xaxis.com.mx/	url		img src="" (ver generando medición)				

Figura 32: Código de los pixeles para las Etiquetas de Medición.

2. El tipo de etiquetas de medición implementadas por TagBuilder, estarán determinadas por la naturaleza del disparador de estas. Los tipos de disparadores que se pueden configurar con TagBuilder, son los siguientes:
 - a. **Pageview:** La palabra reservada para identificar a estos disparadores es **PV**. Estos permitirán que las etiquetas de medición entren en acción cuando el usuario visite una sección o conjunto de secciones del dominio del anunciante.
 - b. **Timer:** La palabra reservada para los disparadores tipo Timer es **Txxxx**. Donde xxx hace referencia al tiempo en segundos de permanencia mínima que deseamos medir, del usuario en una sección o secciones.
 - c. **Scroll:** La palabra reservada para este disparador es **Scrollxxx**. Donde xxx hace referencia al porcentaje entre 1 a 100 de la profundidad vertical que deseamos monitorear del comportamiento de un usuario en una sección o secciones.
 - d. **Botón:** La palabra reservada para este tipo de disparador es **Btn**. TagBuilder implementará tres tipos de botones de acuerdo con el selector CSS que se utilice, a saber: ID, Class y Text. Para que la aplicación pueda identificar el tipo de botón a implementar, en las celdas de la columna “**Condición para el botón**” deberemos especificar el tipo de selector y su valor con el formato, **TypeSelector:Value**. Por ejemplo, **Text:Registerarse**.
3. TagBuilder sólo admitirá el formato de Tagging Request que la aplicación ha generado en la etapa anterior, en la creación de pixeles. La nomenclatura del archivo de TR para esta etapa, sigue el siguiente formato:

TagReqFinal_NameAdvertiser_MonthYear

En el archivo de Tagging Request Final, para el caso de las etiquetas con disparador tipo botón, se debe diligenciar la información relacionada al tipo de botón a implementar en las celdas respectivas.

El procedimiento de extracción de los parámetros de configuración de las etiquetas de medición es el siguiente:

1. Clic en el botón ... ubicado en la sección de *Parameters*.

2. Nos aparecerá una ventana emergente, en la cual deberemos buscar el archivo de Tagging Request Final que contiene la información de las etiquetas de medición a crear. Seleccionamos el archivo deseado.
3. Clic en Open.

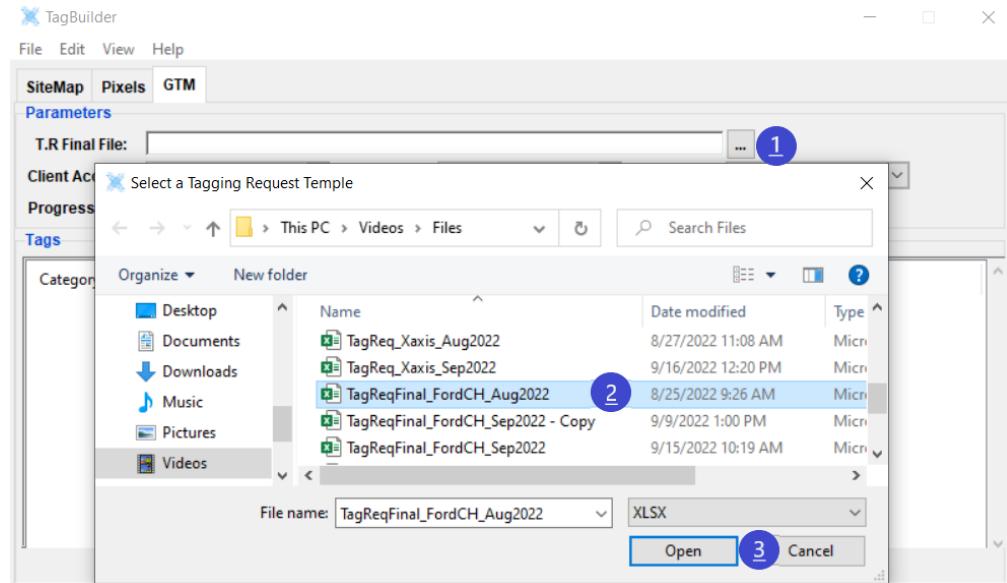


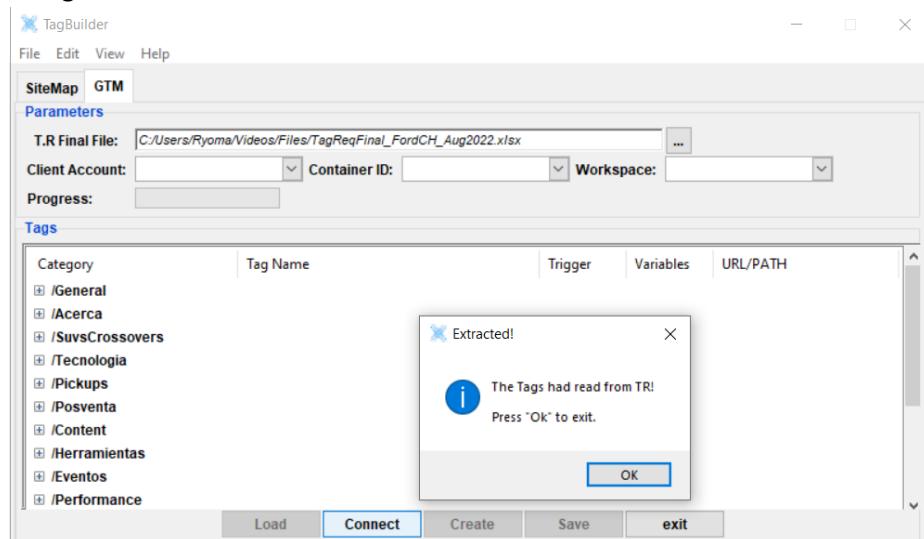
Figura 33: Selección del archivo de Tagging Request Final.

4. Clic en el botón **Load**. El botón se deshabilitará para evitar, por error, se intente ejecutar varias veces el proceso de manera simultánea.



Figura 34: Inicio de Extracción de los parámetros de las etiquetas de medición.

5. TagBuilder nos indicará que el proceso de extracción de pixeles ha finalizado a través de una ventana emergente. Clic en **OK**.



6. Se volverá habilitar el botón de **Load**, al igual que el botón de **Connect**.
7. Podremos verificar en la sección de visualización, todas las etiquetas de medición a implementar que han sido extraídas del archivo de Tagging Reques Final.

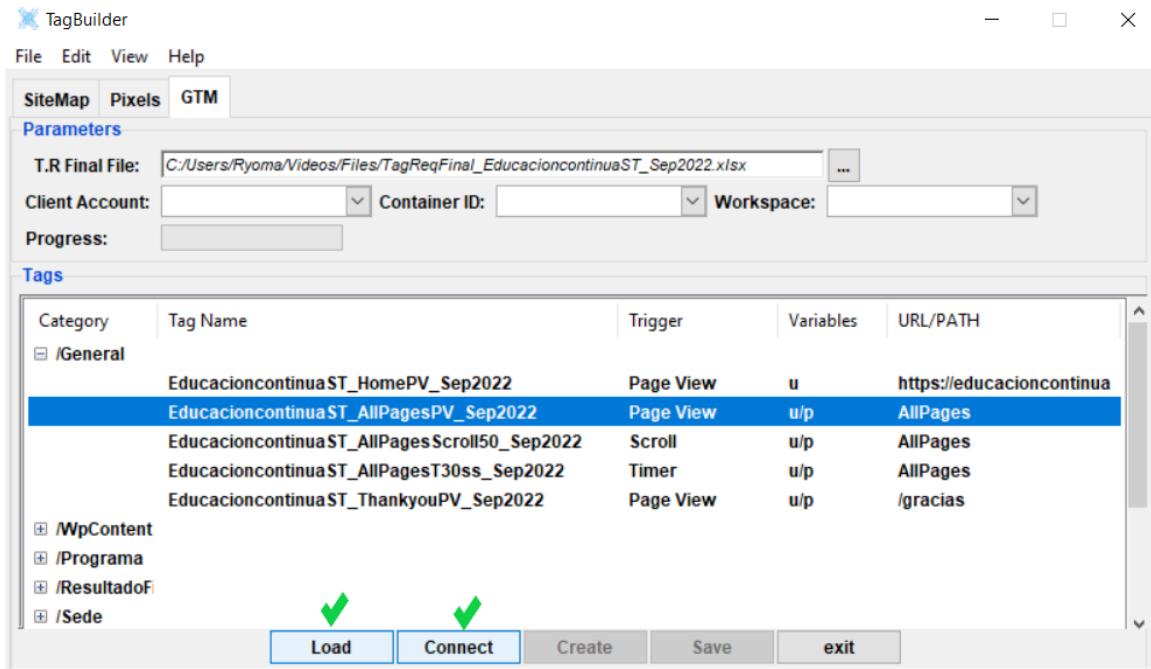


Figura 35: Carga de Etiquetas de Medición en TagBuilder.

Conexión con GTM

Ahora que hemos cargado las etiquetas de medición a la interfaz de TagBuilder, procederemos con el establecimiento de la conexión entre la cuenta de usuario de GTM y la aplicación. Algunos aspectos para tener en cuenta en esta etapa son los siguientes:

1. La cuenta de correo que se utilizará para establecer la conexión deberá estar vinculada a una cuenta de Google Tag Manager.
2. Se deberá tener permisos de lectura y escritura sobre las cuentas, contenedores y subcomponentes dentro de la cuenta de GTM asociada.
3. Se deberá tener permisos de lectura y escritura sobre el contenedor sobre el cuál se quiere implementar las etiquetas de medición.
4. TagBuilder implementa la estrategia de medición en GTM, pero no realiza su publicación. Esto con el objetivo de permitir la revisión de la implementación antes de ser llevada a producción, por parte del cliente y de la agencia.

El proceso de conexión de TagBuilder con GTM se lleva a cabo de la siguiente manera:

1. Clic en botón **Connect**.

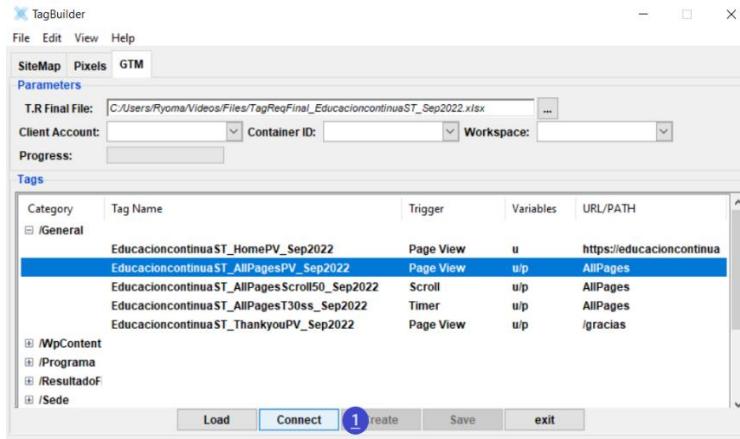


Figura 36: Inicio del proceso de Conexión entre GTM y TagBuilder.

2. TagBuilder nos redirigirá hacia el proceso de vinculación y autorización entre la plataforma de GTM y la API de GroupM en nuestro navegador predeterminado. Primero, nos solicitará la vinculación de la cuenta de correo que está asociada a GTM.

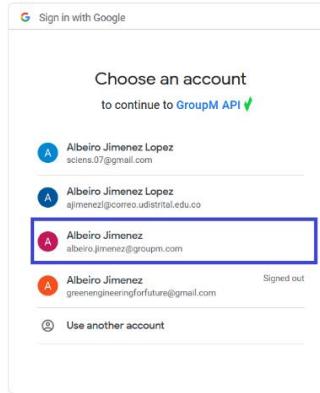


Figura 37: Vinculación de la cuenta de correo de GTM.

3. A continuación, nos solicitará permisos de lectura y escritura sobre los contenedores y subcomponentes de estos, excepto en las etapas de publicación y versionado.

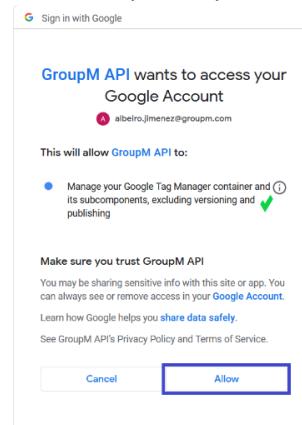
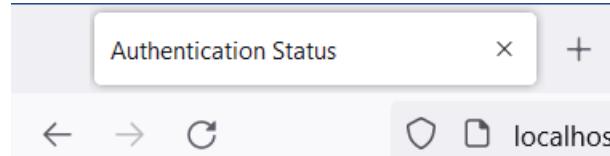


Figura 38: Autorización de permisos de lectura/Escritura.

4. Nos mostrará un mensaje de autorización exitosa. En caso, contrario revisar las generalidades descritas en este apartado, si todo está correcto contactar al administrador de la aplicación.



The authentication flow has completed.

Figura 39: Autorización exitosa.

5. Cerramos la ventana del navegador donde llevamos a cabo el proceso de autorización, y volvemos a la interfaz de TagBuilder. Ahora, desde la aplicación por medio de los campos de **Client Account**, **Container ID** y **Workspace** se podrá acceder las diferentes cuentas, contenedores y espacios de trabajos de los clientes administrados por el usuario de GTM vinculado.

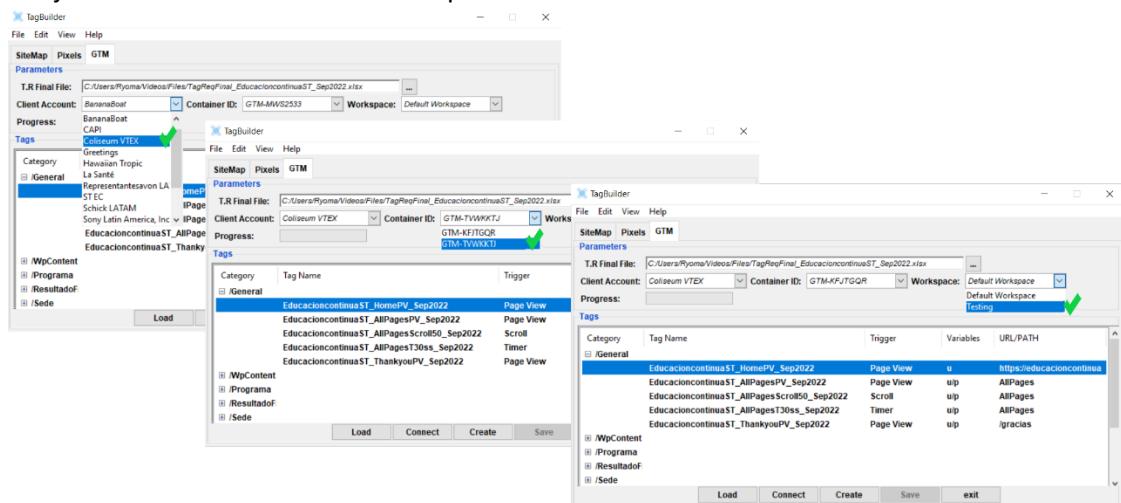


Figura 40: Conexión Exitosa entre TagBuilder y GTM.

Creación de Etiquetas de Medición

Una vez se ha establecido la conexión con GTM, se tendrá acceso a las diferentes cuentas de clientes gestionadas por el usuario bajo el cual se realizó la vinculación y autorización de la conexión. A continuación, describimos los campos en la interfaz gráfica de TagBuilder que nos permitirán gestionar dichas cuentas y sus subcomponentes.

- Client Account:** Este campo nos permitirá desplegar todos los clientes gestionados por el usuario de GTM vinculado.
- Container ID:** Seleccionando un cliente en específico, este campo nos permitirá desplegar y seleccionar los contenedores específicos a los cuales el cliente nos ha dado acceso en su cuenta.
- Workspace:** Este campo nos permite desplegar y seleccionar los espacios de trabajo de un contenedor en específico.

Finalmente, la etapa final de implementación de una estrategia de medición por parte TagBuilder, se reduce a seleccionar la cuenta, el contenedor y el espacio de trabajo en el cual queremos implementar las etiquetas de medición e indicarle a TagBuilder que realice su trabajo. Este procedimiento implica los siguientes pasos:

1. En el campo **Client Account**, seleccionamos el cliente de la estrategia de medición.

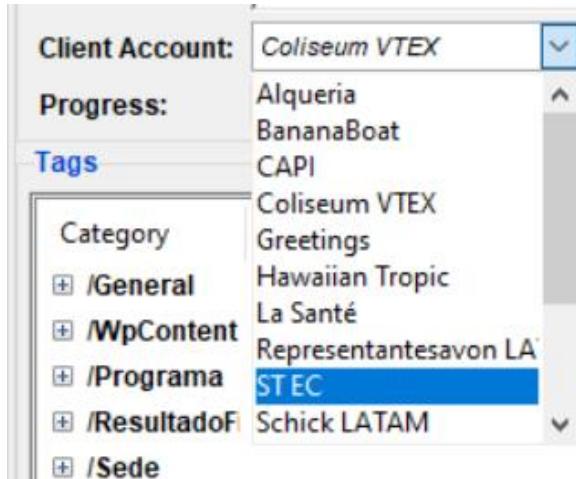


Figura 41: Selección del cliente.

2. En el campo **Container ID**, seleccionamos el contenedor en el cual queremos implementar la estrategia de medición. Este ID de contenedor debe coincidir con el ID que hemos diligenciado en el archivo de Tagging Request Final, de lo contrario, TagBuilder no implementará la creación de las etiquetas.



Figura 42: Selección del contenedor.

3. En el campo de **Workspace**, seleccionamos el espacio de trabajo de producción del cliente. Por lo general, es el espacio de trabajo por defecto.

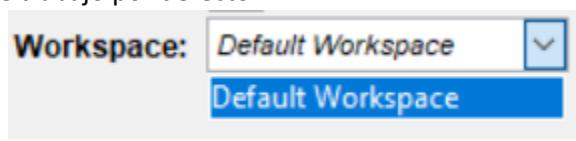


Figura 43: Selección del espacio de trabajo.

4. Clic en el botón **Create**. Este se deshabilitará para evitar implementaciones simultaneas sobre la misma cuenta por error. Adicionalmente, de manera visual, podremos observar el avance de la implementación de las etiquetas de GTM en el campo **Progress**.

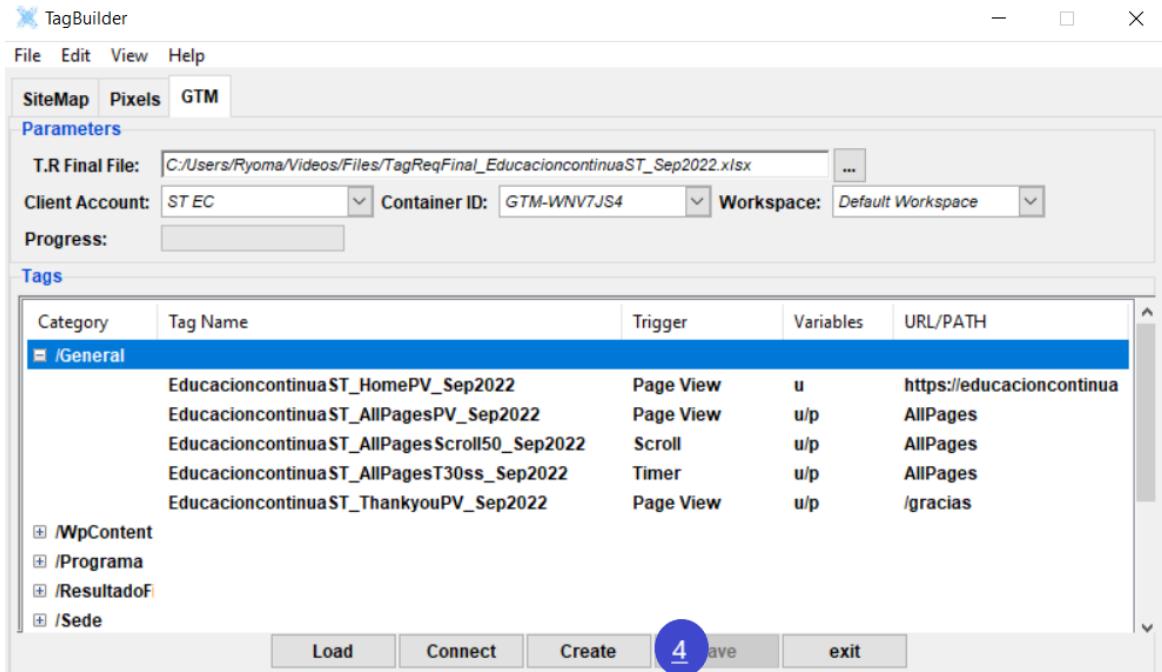


Figura 44: Inicio de la creación de las etiquetas de medición en GTM.

5. Cuando la estrategia haya sido implementada en Google Tag Manager, TagBuilder nos mostrará una ventana emergente con el mensaje que el proceso ha finalizado.

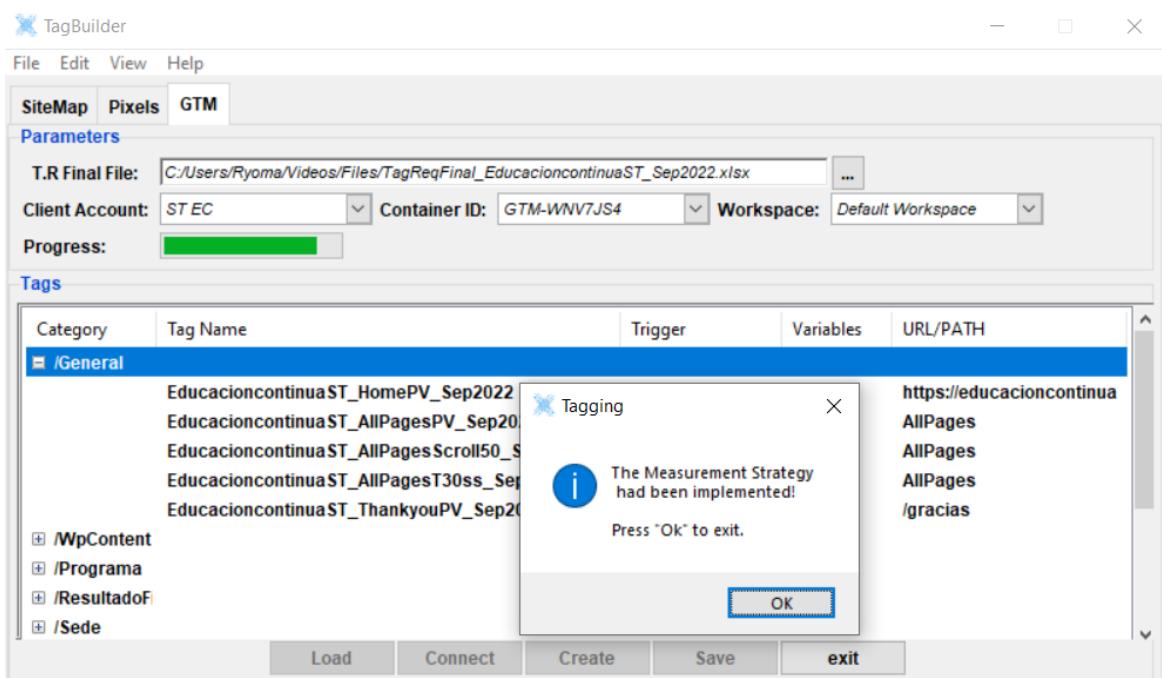


Figura 45: Finalización del proceso de creación de etiquetas de medición.

CONFIGURACIÓN

Para acceder a la configuración avanzada de TagBuilder debemos ubicarnos en la opción **Edit > Setting**. Se desplegará una ventana que nos permitirá realizar ajustes en algunos parámetros importantes de cada una de las tres grandes funcionalidades que implementa la aplicación. Adicionalmente, desde la configuración avanzada podremos modificar las credenciales de acceso sobre las cuáles trabaja TagBuilder.

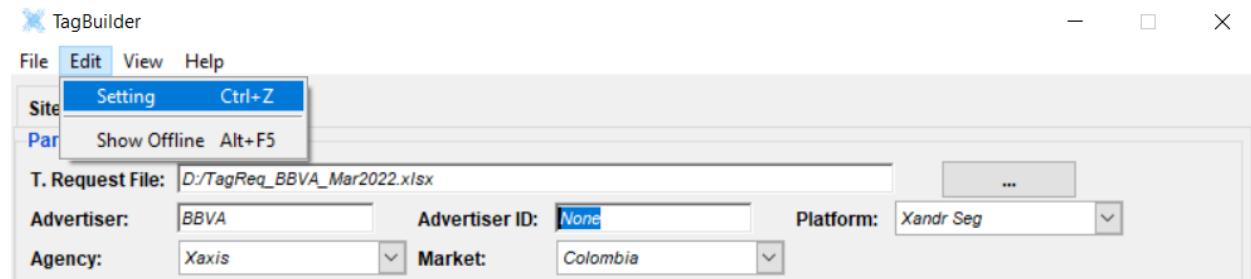
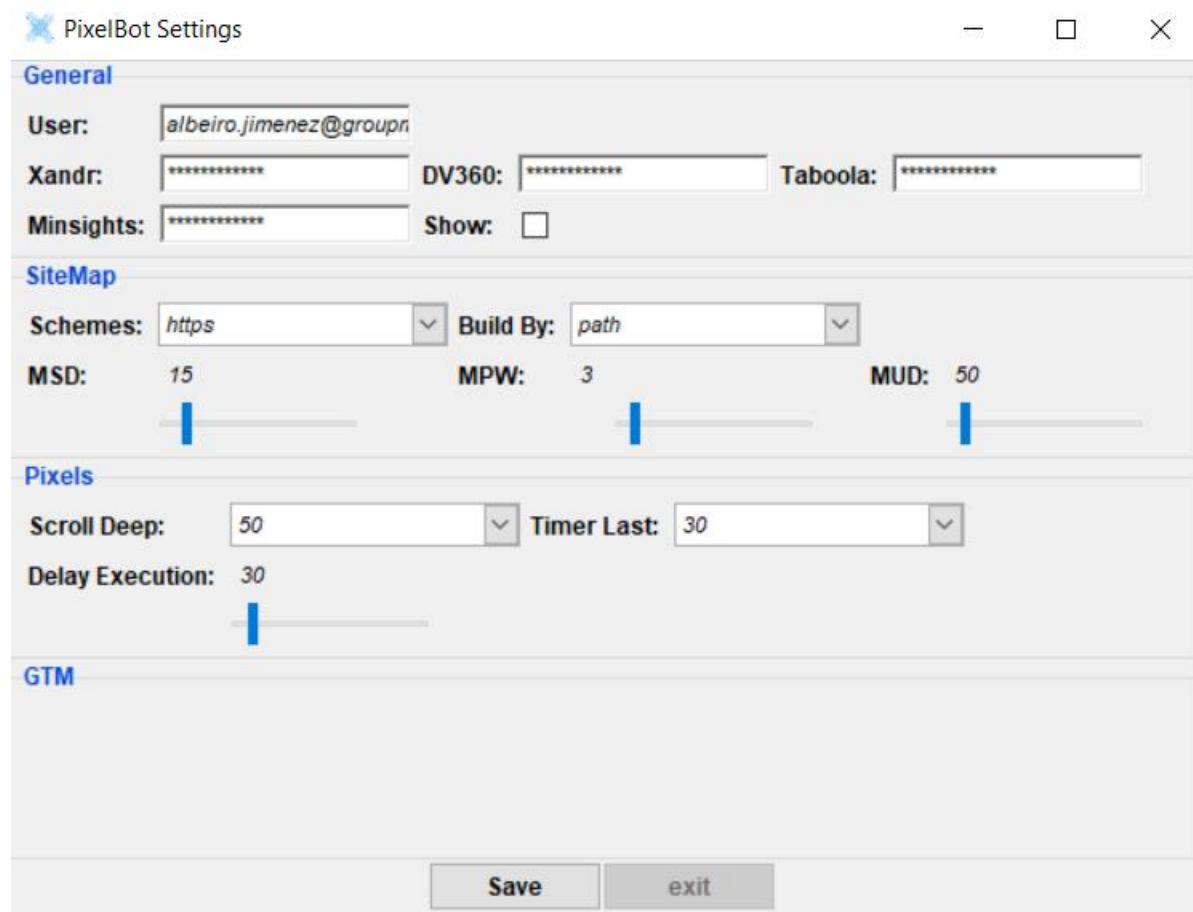


Figura 46: Configuraciones Avanzadas de TagBuilder

La ventana de configuraciones avanzadas de TagBuilder está seccionada en 4 regiones, general, sitemap, pixels y GTM.



General

En esta sección se pueden actualizar las credenciales de acceso a las plataformas de Xandr, DV360, Taboola y el DMP Minsights. Las consideraciones importantes de esta sección son:

1. TagBuilder, manejará un solo usuario de trabajo. Es decir, la aplicación realizará la creación de pixeles en los DSP, la configuración de etiquetas en GTM, entre otras funciones utilizando la misma identidad que configuremos en esta sección.
2. Por defecto las contraseñas de acceso a los DSP no están visibles, si el usuario desea que sean visibles, debe marcar la casilla **Show**.
3. No debemos olvidar estar actualizando nuestras credenciales de acceso, ya que por políticas de seguridad de la empresa están cambiando cada cierto periodo de tiempo.

SiteMap

Esta sección incorpora varios parámetros interesantes para robustecer la construcción de secciones sobre la diversidad de estructuras HTML sobre las cuales están diseñadas las páginas web de los anunciantes.

1. **Schemes:** Este parámetro es importante cuando los dominios de los anunciantes que no utilizan certificados de seguridad, aunque esto es muy poco común en anunciantes profesionales e e-commerce establecidos. En estos casos, podemos seleccionar la opción de **http**. Por defecto estará seleccionada la opción de **https**.

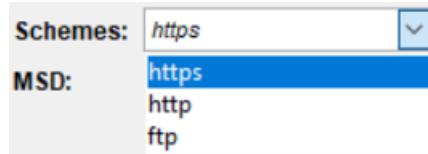


Figura 47: Parámetro Schemes

2. **Build By:** Por defecto, la opción por defecto que utiliza TagBuilder para construir las secciones es por medio de la clasificación por el path de las landings encontradas en el dominio del anunciente. Pero en ocasiones, hay sitios web con estructuras bastante simples o necesitamos una creación de secciones basadas en otro componente de las landings encontradas como el fragment, query, params. Este parámetro permite construir secciones para este tipo de escenarios.

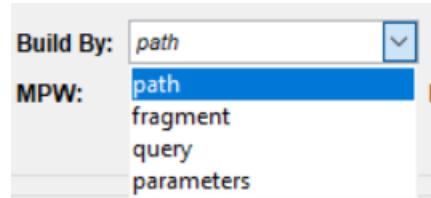


Figura 48; Parámetro Build By.

3. **MSD:** Maximum of Sections Desirable, hace referencia al máximo número de secciones o secciones que permitirá TagBuilder sin realizar un proceso de filtrado o eliminación de secciones. Por ejemplo, si el MSD es 10, y si, las secciones encontradas son mayores a 10, TagBuilder realizará un proceso de selección e inclusión de categorías en otras para reducir el numero de secciones obtenidas, o eliminación de secciones con un número inferior a tres landings.
4. **MPW:** Minimum Path Word, este parámetro hace referencia al mínimo de caracteres válidos que debe contener un path para ser considerado en el proceso de creación de secciones. Si el MPW es 3, todos aquellos paths con palabras de dos caracteres serán automáticamente descartados como una sección, por ejemplo: /es.
5. **MUD:** Minimum of URLs Desirable. Hace referencia al mínimo de landings que TagBuilder intentará encontrar para empezar a realizar el proceso de clasificación de landings y su etiquetado en secciones.



Figura 49: Parámetros MSD, MPW, MUD.

Pixels

En esta sección se implementa dos parámetros para personalizar los píxeles básicos de cualquier estrategia de medición web básica y un parámetro de automatización de los tiempos de espera del bot que implementa TagBuilder para crear los píxeles en las diferentes plataformas.

1. Scroll Deep: Establece el nivel mínimo de profundidad vertical para que se activen los disparadores de scroll en la aplicación.
2. Timer Last: Establece el tiempo de duración mínima de disparo de los activadores de tiempo en la aplicación.
3. Delay Execution: Parámetro de tiempo de retraso del bot, especialmente útil cuando TagBuilder tenga que trabajar sobre conexiones muy lentas y se pueda variar el tiempo de espera para obtener los resultados deseados.

CONFIGURACION AVANZADA

ARCHIVO TAGGING REQUEST

El archivo de Tagging Request es el insumo básico de TagBuilder para llevar a cabo la implementación de una estrategia de medición web, ya que en él, está contenido toda la información necesaria del modelamiento de secciones propuesto en la construcción del sitemap, parámetros de configuración de los pixeles en los diferentes DSP, DMP y el gestor de etiquetas, GTM. Adicionalmente, el archivo de Tagging Request constituye el punto de interacción entre el usuario y los procesos automatizados que realiza TagBuilder

ESTRUCTURA

La estructura del archivo de Tagging Request está basada en sheets, los cuales pueden ser de 4 tipos diferentes, de acuerdo a la información que contengan:

1. Sheet Concept Tagging Request: Sheet de información general y descriptiva sobre el formato de Tagging Request.
2. Sheet Home: Sheet que contiene los pixeles básicos que debería ser transversales a cualquier estrategia de medición web en la parte alta del funnel.
3. Sheet Funnel: Sheet que contiene la información sobre pixeles básicos de conversión relativos al lowel funnel como addToCar, Thank you page, purchase, entre otros.
4. Sheets de Secciones: Pueden ser uno o más sheets, uno por cada sección que TagBuilder haya podido crear en base a la estructura HTML del sitio web o que el usuario modele.

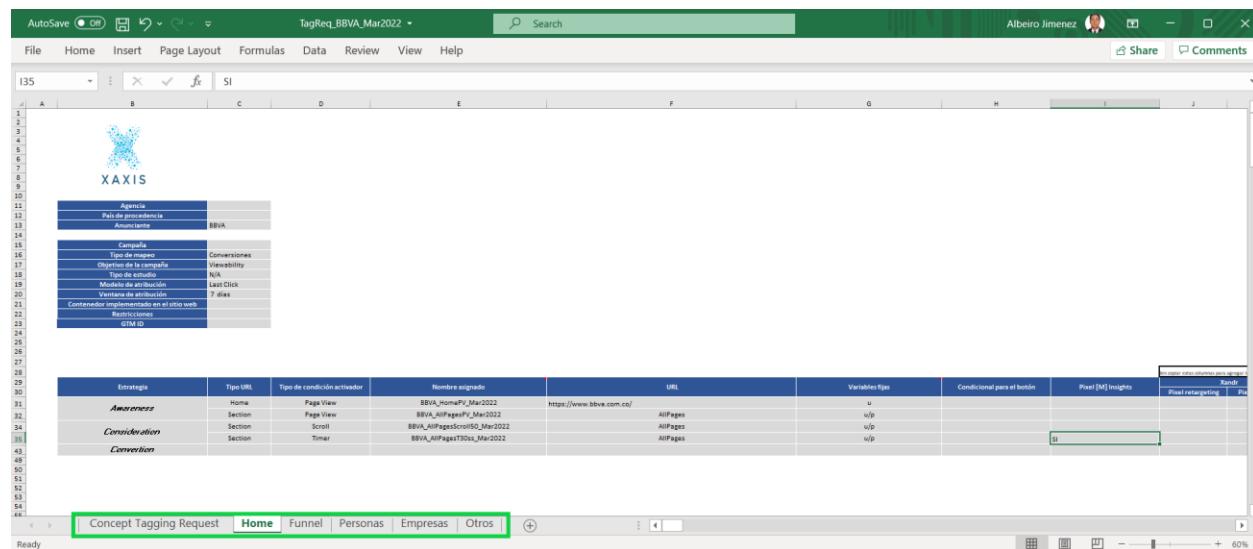


Figura 50: Estructura basada en Sheets de TR

Sheets: Estructura

La estructura de los sheets: Home, Funnel y de Secciones comparten la siguiente estructura:

1. **Sección General:** Sección que contiene la información general de la estrategia de medición web como agencia, anunciante, objetivo de la campaña, etc.



XAXIS

Agencia	Xaxis
País de procedencia	Colombia
Anunciante	BBVA
Campaña	
Tipo de mapeo	Conversiones
Objetivo de la campaña	Viewability
Tipo de estudio	N/A
Modelo de atribución	Last Click
Ventana de atribución	7 días
Contenedor implementado en el sitio web	
Restricciones	
GTM ID	

Figura 51: Información General

Los datos de esta sección son diligenciados y modificados tanto por el usuario como por TagBuilder.

2. **Sección de Parámetros:** Contiene la información relativa a los parámetros de configuración de los pixeles, indispensable para la creación de los pixeles en los diferentes DSP, DMP y la configuración de las etiquetas en el gestor de tags GTM.

Estrategia	Tipo URL	Tipo de condición activador	Nombre asignado	URL	Variables fijas	Condicional para el botón
Awareness	Home	Page View	BBVA_HomePV_Mar2022	https://www.bbva.com.co/	u	
	Section	Page View	BBVA_AllPagesPV_Mar2022	AllPages	u/p	
Consideration	Section	Scroll	BBVA_AllPagesscroll50_Mar2022	AllPages	u/p	
	Conversion	Timer	BBVA_AllPagesT30s_Mar2022	AllPages	u/p	

Figura 52: Sección de Parámetros de los Pixeles

En los sheets de secciones, estos campos son diligenciados en el 100% de los casos por TagBuilder, pero pueden ser modificados por el usuario para las etapas de creación de pixeles y creación de etiquetas en GTM. Para el caso de los sheets de Home/ Funnel, TagBuilder diligencia la información relativa a los pixeles básicos, el usuario tendrá la posibilidad de agregar algunos pixeles de nivel avanzado que desee que TagBuilder automatice.

3. **Sección de Códigos:** En una primera instancia, la cual será diligenciada por el usuario, esta sección puede contener la siguiente información en las diferentes columnas, pertenecientes a las diferentes plataformas que maneja TagBuilder para la creación de pixeles:

- a. Casillas **vacías** con la palabra reservada **NO**, que indica que para esa plataforma en específica, no se debe crear ningún pixel.
- b. Casillas con la palabra reservada **SI**, que indica que para esa plataforma en específico se debe crear el píxel relativo a esa fila con los parámetros consignados en la sección de parámetros.

- c. Para las columnas de Taboola, si se requiere la creación de un pixel en esta plataforma, deberá ir especificado con las palabras reservadas, **EVENT o URL**. Por ejemplo, si en la columna Taboola – Píxel de Conversión, se encuentra la palabra reservada URL, esto quiere decir, que se deberá crear un píxel de conversión tipo URL con los parámetros consignados en dicha fila en la sección de parámetros.

Condicional para el botón	Pixel [M] Insights	Xandr		DV360		Taboola	
		Pixel retargeting	Pixel conversión	Pixel retargeting/conversión	Pixel retargeting	Pixel conversión	
				SI			
	SI						

Figura 53: Sección Códigos

En una segunda instancia, TagBuilder reemplaza las palabras reservadas por los **códigos de los pixeles** generados en cada una de las plataformas solicitadas en la primera instancia. Habrá, algunos casos, en los cuales se cree las secciones en los DSP, pero no se requiera la creación de la etiqueta en GTM, en dicha situación, TagBuilder diligenciará dicha casilla con la palabra reservada: **NO TAG**.

Pixel [M] Insights	Xandr		DV360		Taboola	
	Pixel retargeting	Pixel conversión	Pixel retargeting/conversión	Pixel retargeting	Pixel conversión	
			<!-- Start of Floodlight Tag. Please do not remove or modify this code block-->			
u; path -> p. Sin embargo, en algunos casos, se deberá utilizar la palabra que permita tener claridad sobre la naturaleza y contenido de la variable, por ejemplo, address of residence -> address.						

Si se desea, que un pixel se configure con más de una variable fija, se deberá seguir el siguiente formato:

Variable1/variable2/.../variableN-1/VariableN

Donde N representa un número entero.

USO

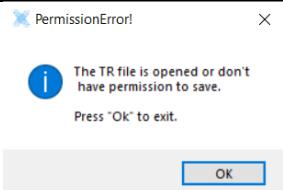
La interacción básica requerida por parte de los usuarios con el archivo de Tagging Request se reduce a dos acciones puntuales:

1. El diligenciamiento de la información básica, en el **Sheet Home** como Agencia, anunciante, país de procedencia, etc.
2. El diligenciamiento de las casillas relativas a la sección de códigos con las palabras reservadas **SI/NO/EVENT/URL** dependiendo del tipo de píxel que necesitemos implementar en la estrategia de medición web. Esta interacción se da en el momento en que TagBuilder ha generado el archivo de Tagging Request, y se requiere el diligenciamiento de esta información para que la aplicación cree de manera automática los pixeles en las diferentes plataformas.

Para estrategias de medición avanzadas, es posible que el usuario necesite agregar algunos elementos adicionales al archivo de Tagging Request por el momento:

1. Pixeles básicos en el Sheet Home, para lo cuál se deberá seguir la nomenclatura establecida en este manual para los nombres de los pixeles, los activadores, variables fijas, etc.
2. Pixeles específicos en la parte de lowel funnel se agregarán en el Sheet Funnel siguiendo la nomenclatura establecida en este manual para nombres de pixeles, variables fijas, etc.
3. Secciones específicas, para ello, deberá agregar sheets de manera manual en el cual el nombre del sheet debe hacer referencia al nombre de la sección, y este a su vez será parte del nombre de los pixeles de la siguiente manera: AdvertiserName_AudienceNameTypeTrigger_MonthYear.

GUÍA DE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Generación del SiteMap		
Problema	Causa	Solución
	<p>1. Una instancia del archivo Tagging Request que se está guardando se encuentra abierto.</p> <p>2. El directorio donde se está intentando guardar el archivo de Tagging Request no tiene permisos de escritura.</p>	<p>1. Cerrar la instancia del archivo de Tagging Request que se encuentra abierto.</p> <p>2. Dar permisos de escritura al directorio donde se desea guardar el archivo de TR.</p> <p>3. Cambiar el destino de ubicación del archivo de TR.</p>

Generación del SiteMap		
Problema	Causa	Solución

Generación del SiteMap		
Problema	Causa	Solución

GLOSARIO

DMP: Una plataforma de gestión de datos (DMP) es un sistema informático que recoge, procesa y almacena grandes cantidades de datos procedentes de múltiples fuentes, como ID de cookies, First-party data y Third-party data. Una DMP suele manejar grandes cantidades de información en tiempo real, lo que la hace útil para dirigir los anuncios online a una audiencia específica en una página web determinada.

DSP (Demand-Side Platform): La tecnología utilizada por los anunciantes y las agencias para comprar anuncios digitales en tiempo real a través de la compra programática. Un DSP permite al anunciante gestionar la puja y la compra de inventario de anuncios y fechas en múltiples intercambios de anuncios, mercados de anuncios y cuentas de proveedores de datos a través de una interfaz.

Estrategia de Medición Web: Es el estudio del comportamiento de un usuario a través de la página web de un anunciante.

First-party data: Data que es recolectada directamente del consumidor.

Píxel: Es un segmento de código implementado en un creativo o sitio web. En las mediciones implementadas por píxeles, el navegador del usuario realiza una petición de tipo Request o llamado al servidor de analítica configurado en el píxel. Se pasan diferentes parámetros dentro de la petición HTTP al servidor para calificar la acción. A continuación, el servidor envía una imagen gif clara y, en la mayoría de los casos, se almacena en una cookie.

Retargeting: Técnica de marketing programático en la que los usuarios que han visitado un sitio web reciben mensajes basados en las interacciones anteriores de ese usuario.

Third-party data: Datos que se recogen de una fuente que no tiene una relación directa con el consumidor.

Tagging Request: Formato en el cual se plasma la estrategia de medición web, y en fases posteriores la información de variables avanzadas en los procesos de custom audience, look a like, y clusters .