

ETIQUETADO DE ENLACES CON UTM NOVEDADES EN GA4

PABLO MORATINOS



Word-
Camp
Zaragoza
2023





FTS



CO
TES

CASAN

HOT TA

HUBBA-H

LUKE W

LOVEL

COLD



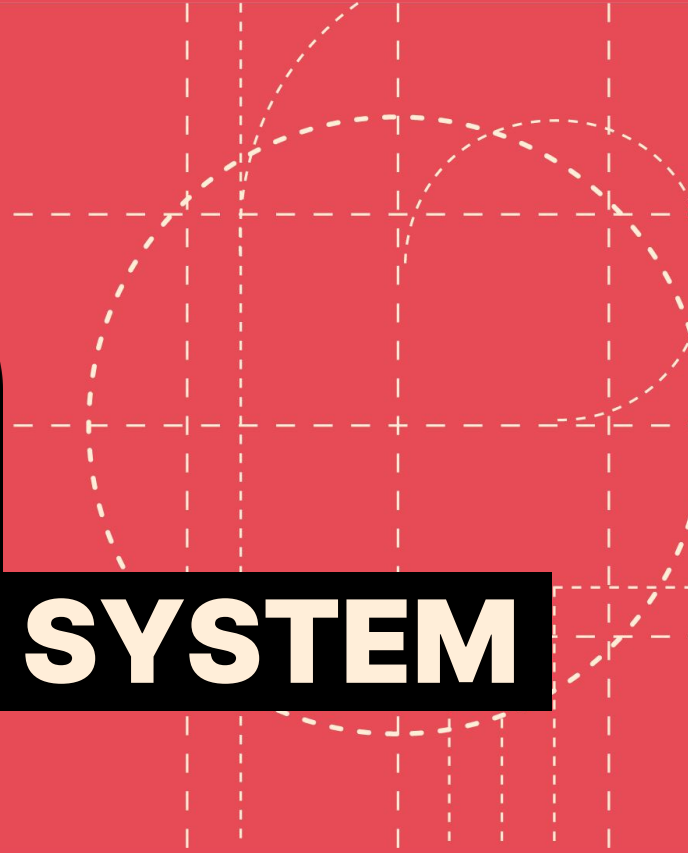




**Un informe de la
Stanford University
confirma
que el cerebro de los
adolescentes está
programado para
ignorar la voz de sus
padres desde los 13
años**



FTS



FAMILY TRACKING SYSTEM

FAMILY TRACKING SYSTEM

- 1. ¿DE DÓNDE VIENES A ESTAS HORAS?**
- 2. ¿CON QUIÉN HAS ESTADO?**
- 3. ¿QUÉ DEMONIOS HAS BEBIDO?**

A stylized black silhouette of a hedgehog, composed of several sharp, triangular shapes radiating from a central point, resembling a starburst or a stylized animal head. It is positioned centrally behind the title bar.A decorative graphic on the right side of the page, consisting of a dashed white grid and a white sine wave that oscillates across the grid lines.

MÓDULO DE SEGUIMIENTO DE ERIZOS



URCHIN TRACKING MODULE

UTM

QUIÉN SOY

Pablo Moratinos

Growth Data Lead en Product Hackers

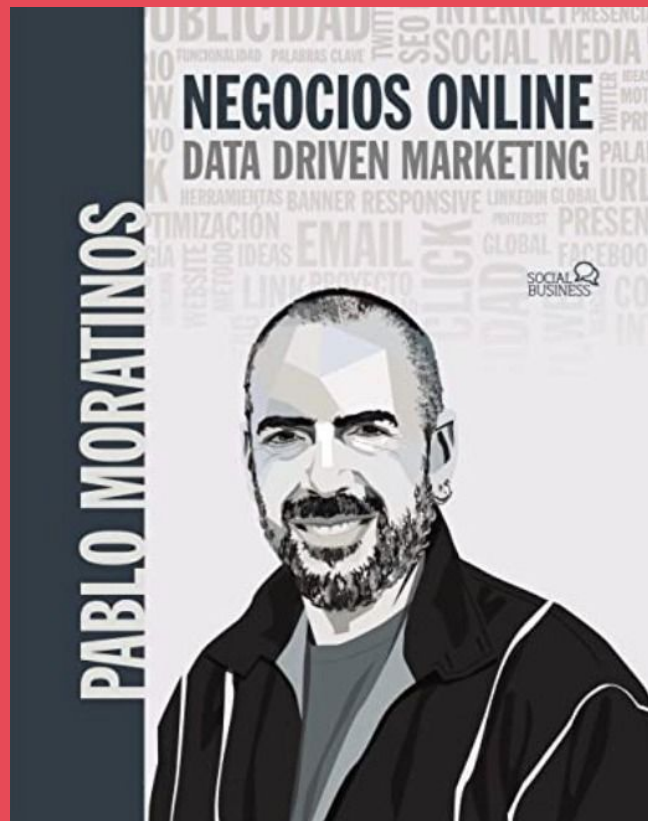
@pablomoratinos



Raiola Networks



3ymedia | SCHOOL





URCHIN TRACKING MODULE

UTM



UTM

Urchin Tracking Module

Es un código que se añade a una URL para poder rastrear el tráfico web que proviene de campañas publicitarias y marketing en Internet.

UTM

- **Asiste en el seguimiento del rendimiento de tu actividad de enlazado.**
- **Facilita el filtrado y reporte de los datos**



- Informe panorámico
- En tiempo real
- Life cycle
- Adquisición
 - Resumen
 - Adquisición de usuarios
 - Adquisición de tráfico**
- Interacción
- Monetización
- Retención
- Usuario
 - Grupos demográficos
 - Tecnología
- Biblioteca

Adquisición los últimos 28 días 18 días

les predeterminado de la sesión

Buscar...

Filas por página: 10 1-10 de 10

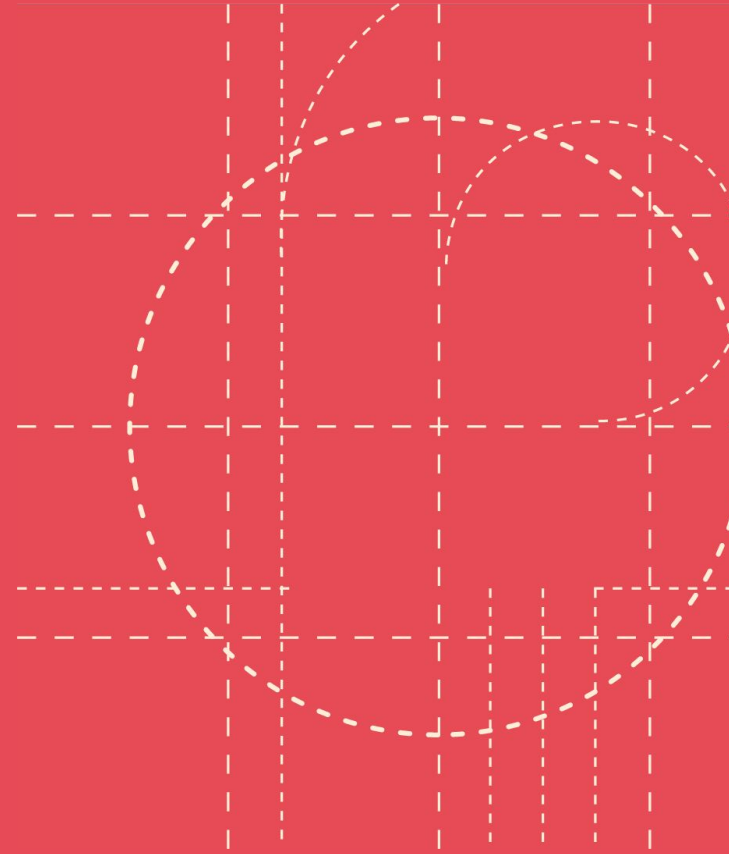
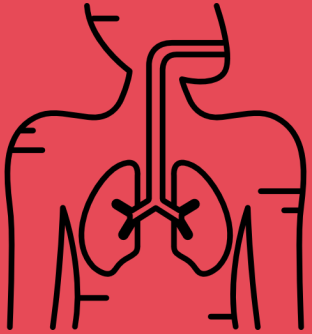
	Sesiones	Sesiones con interacción	Tiempo interactivo por sesión	
627	643.560	1 min y		
100 % respecto al total		Med		
0	286.291	1 min y		
1	195.626	1 min y		
2	100.915	0 min y		
93	45.779	1 min y		
825	9.168	1 min y		
8.905	3.015	0 min y		
7	7.447	5.002	0 min y	
8 Organic	5.865	4.344	6 min y	
9 Organic Shop	473	276	0 min y	
10 Email	177	239	177	1 min y



Tráfico directo

- visitas directas
- a través de favoritos
- enlaces en emails
- enlaces en documentos offline (pdf, docs)
- tráfico desde apps
- visitas desde sistemas de mensajería, como whatsapp, telegram o messenger (dark social)

ANATOMÍA UTM



ANATOMÍA

<https://www.ejemplo.com/product>

ANATOMÍA

**[https://www.ejemplo.com/product?
utm_source=facebook&utm_medium
=social&utm_campaign=spring_sale](https://www.ejemplo.com/product?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=spring_sale)**

ANATOMÍA

**[https://www.ejemplo.com/product?
utm_source=facebook&utm_medium
=social&utm_campaign=spring_sale](https://www.ejemplo.com/product?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=spring_sale)**

ANATOMÍA

**[https://www.ejemplo.com/product?
utm_source=facebook&utm_medium
=social&utm_campaign=spring_sale](https://www.ejemplo.com/product?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=spring_sale)**



ANATOMÍA

[https://www.ejemplo.com/product?
utm_source=facebook&utm_medium
=social&utm_campaign=spring_sale](https://www.ejemplo.com/product?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=spring_sale)

ANATOMÍA

[https://www.ejemplo.com/product?
utm_source=facebook&utm_medium
=social&utm_campaign=spring_sale](https://www.ejemplo.com/product?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=spring_sale)

ANATOMÍA

[https://www.ejemplo.com/product?
utm_source=facebook&utm_medium
=social&utm_campaign=spring_sale](https://www.ejemplo.com/product?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=spring_sale)

ANATOMÍA

[https://www.ejemplo.com/product?
utm_source=facebook&utm_medium
=social&utm_campaign=spring_sale](https://www.ejemplo.com/product?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=spring_sale)

ANATOMÍA

[https://www.ejemplo.com/product?
utm_source=facebook&utm_medium
=social&utm_campaign=spring_sale](https://www.ejemplo.com/product?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=spring_sale)

Parámetros Obligatorios

- utm_medium
- utm_source
- utm_campaign

Parámetros Opcionales

- utm_id
- utm_term
- utm_content

MEDIUM

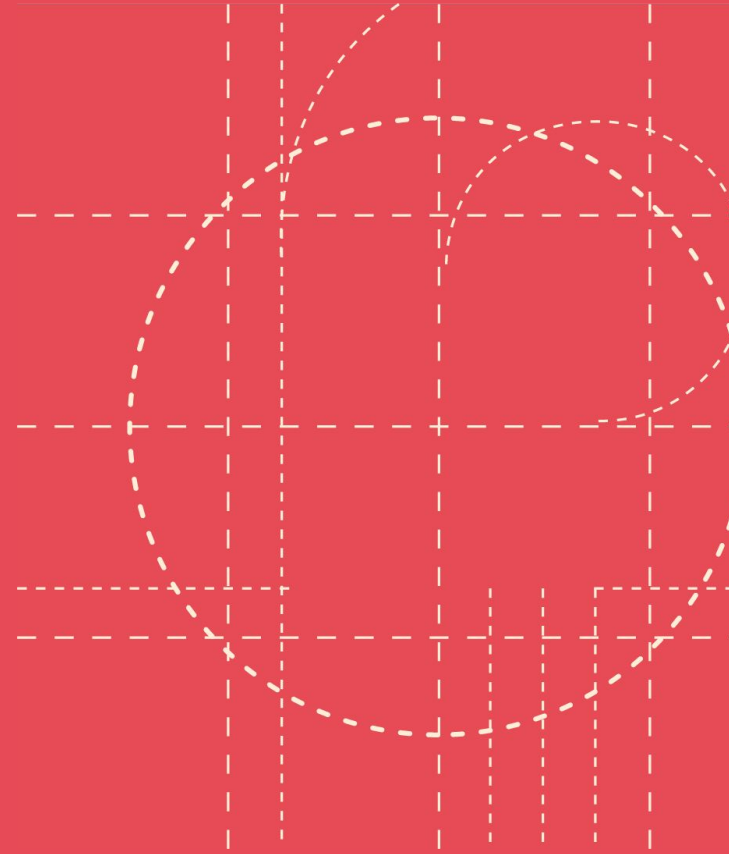
ad, cpc, cpm, email, social, display, affiliate, referral, paid, video, podcast, webcast, event, content, blog, forum, banner, skyscraper, pop-up, organic, interstitial, landing page, microsite, infographics, whitepaper, case study, webinar...

SOURCE

google, meta, twitter, linkedIn,
youtube, pinterest, tiktok, bing, yahoo,
email marketing, affiliate marketing,
organic search, paid search,
influencer, newsletter, google doc...

UTMs

DINÁMICOS



VARIABLES EN GOOGLE ADS

utm_term={keyword}

utm_content={creative}

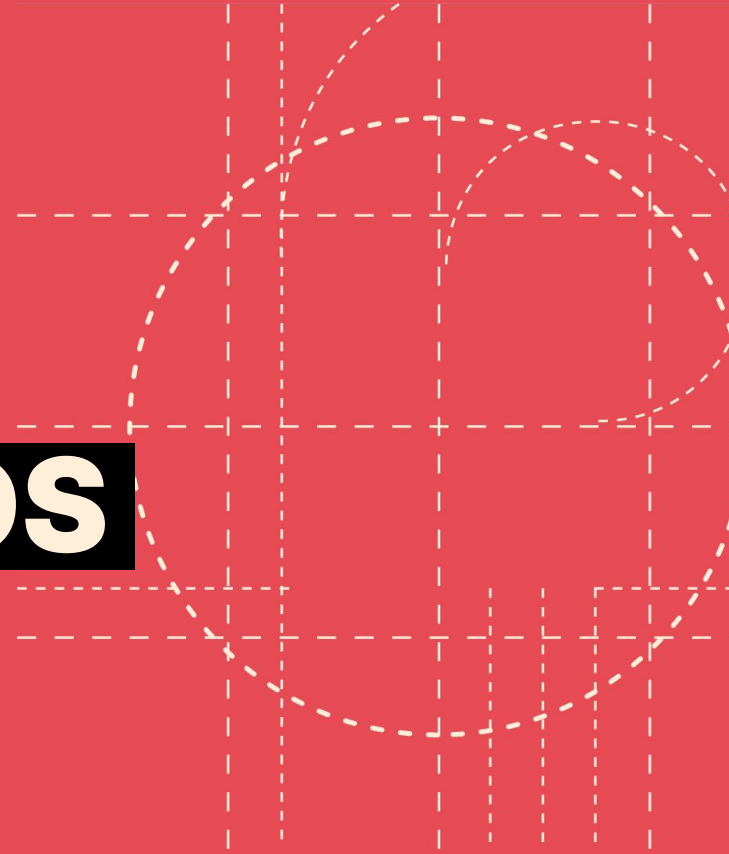
utm_campaign={network}

VARIABLES EN META ADS

utm_content={{ad.name}}

utm_campaign={{campaign.name}}

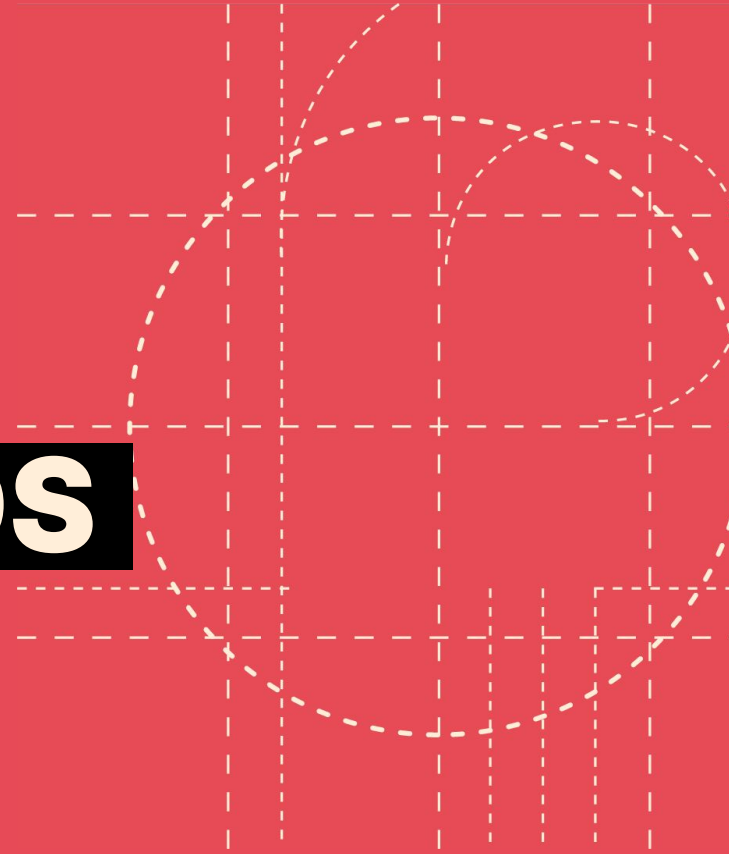
USOS PRÁCTICOS



USOS

- **Distinguir acciones en una plataforma**
- **Rastreo de clics en una app**
- **Trackear documentos offline o QRs**
- **Rastreo de campañas de email o firmas**
- **Tráfico desde eventos**
- **Enlaces de afiliados**
- **Campañas de test A/B**
- **Rastreo de landing pages**

CÓMO CREARLOS



Campaign URL Builder

WEB PLAY

This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can measure [Custom Campaigns](#) in Google Analytics.

Enter the website URL and campaign information

Fill out all fields marked with an asterisk (*), and the campaign URL will be generated for you.

website URL *

The full website URL (e.g. <https://www.example.com>)

campaign ID

The ads campaign id.

campaign source *

The referrer (e.g. [google](#), [newsletter](#))

campaign medium *

Marketing medium (e.g. [cpc](#), [banner](#), [email](#))

campaign name

Product, promo code, or slogan (e.g. [spring_sale](#)) One of campaign name or campaign id are required.

campaign term

Demos & Tools

UA GA4

Campaign URL Builder

Event Builder

Dimensions & Metrics Explorer

Query Explorer

Enhanced Ecommerce

Resources

About this Site

Help & feedback

Play Campaign URL Builder

WEB PLAY

This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can measure [Custom Campaigns](#) in Google Analytics.

Enter the campaign information

ad network *

The ad network you are using

application ID *

The final package that is used in your built .apk's manifest, e.g. [com.example.application](#)

campaign source *

original referrer, e.g. [google](#), [citysearch](#), [newsletter4](#)

campaign medium

marketing medium, e.g. [cpc](#), [banner](#), [email](#)

campaign term

paid keywords, e.g. [running+shoes](#)

campaign content

ad-specific content used to differentiate ads

Demos & Tools

UA GA4

Campaign URL Builder

Event Builder

Dimensions & Metrics Explorer

Query Explorer

Enhanced Ecommerce

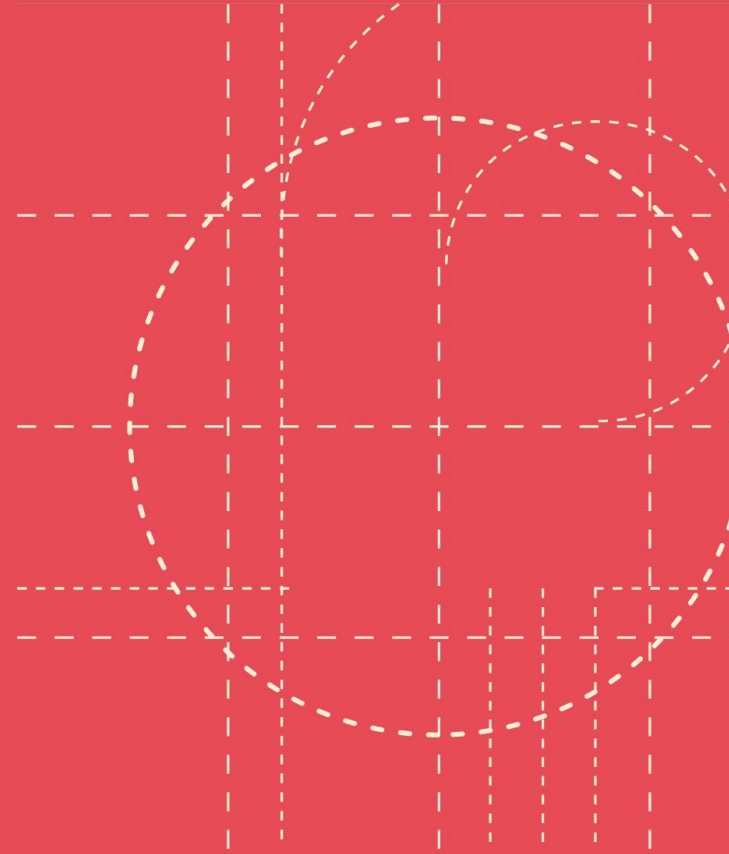
Resources

About this Site

Help & feedback

NOVEDADES

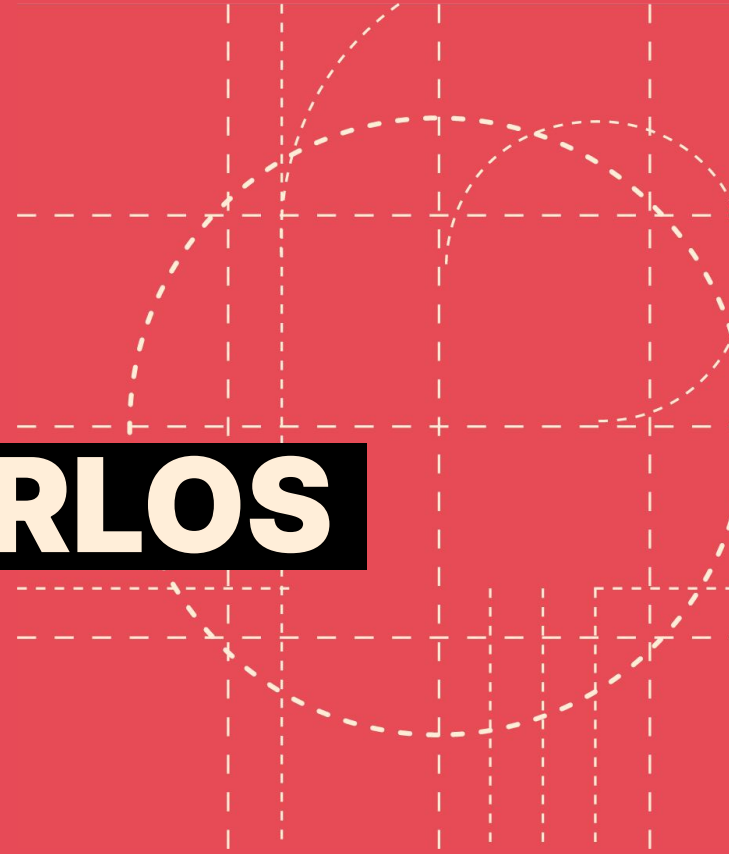
EN GA4



Nuevos Parámetros Disponibles

- `utm_source_platform`
- `utm_creative_format*`
- `utm_marketing_tactic*`

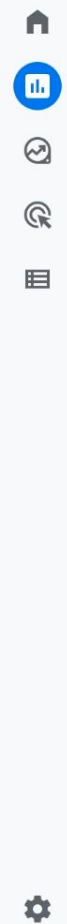
CÓMO ANALIZARLOS



ANÁLISIS GA4

- ❑ **Fuente/medio de la sesión**
- ❑ **Medio de la sesión**
- ❑ **Fuente de la sesión**
- ❑ **Campaña de la sesión**

en Adquisición > Adquisición de tráfico



Informe panorámico

En tiempo real

Life cycle

Adquisición

Resumen

Adquisición de usuarios

Adquisición de tráfico

Interacción

Monetización

Retención

Usuario

Grupos demográficos

Tecnología

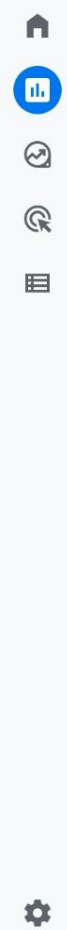
Biblioteca



Adquisición de tráfico: Grupo de canales predeterminado de la sesión

los últimos 28 días 20 dic 202

	Grupo de canales...o de la sesión	Usuarios	Sesiones	Sesiones con interacción	Tiempo de interacción por sesión
		726.869 100 % respecto al total	892.462 100 % respecto al total	651.634 100 % respecto al total	1 min y Med
1	Paid Search	303.577	372.034	282.360	1 min y
2	Organic Search	229.351	269.590	200.872	1 min y
3	Direct	137.369	167.277	112.496	0 min y
4	Unassigned	56.191	70.612	49.046	1 min y
5	Referral	9.941	12.414	9.524	1 min y
6	Display	7.641	8.101	2.810	0 min y
7	Organic Social	6.982	7.642	5.191	0 min y
8	Organic Video	5.136	6.103	4.577	6 min y
9	Organic Shopping	340	491	294	0 min y
10	Email	193	265	201	1 min y



- Informe panorámico
- En tiempo real
- Life cycle
- Adquisición
 - Resumen
 - Adquisición de usuarios
 - Adquisición de tráfico**
- Interacción
- Monetización
- Retención
- Usuario
 - Grupos demográficos
 - Tecnología
- Biblioteca

T + Adquisición de tráfico: Grupo de canales predeterminado de la sesión ⚠️ + los últimos 28 días 20 dic 202

	Buscar elementos		nes con racción	Tiemp intera por se n	
	Grupo de canales predeterminado de la sesión				
	Fuente/medio de la sesión		551.634	1 min y	
	Medio de la sesión		o al total	Med	
1	Fuente de la sesión		282.360	1 min y	
2	Plataforma de origen de la sesión		200.872	1 min y	
3	Campaña de la sesión		112.496	0 min y	
4			49.046	1 min y	
5			9.524	1 min y	
6			2.810	0 min y	
7			5.191	0 min y	
8	Organic Video	5.136	6.103	4.577	6 min y
9	Organic Shopping	340	491	294	0 min y
10	Email	193	265	201	1 min y



Informe panorámico



En tiempo real



Life cycle



Adquisición

Resumen

Adquisición de usuarios

Adquisición de tráfico

Interacción

Monetización

Retención

Usuario

Grupos demográficos

Tecnología

Biblioteca



Adquisición de tráfico: Fuente/medio de la sesión



los últimos 28 días 20 dic 2022-16 ene 2023



	Fuente/medio de la sesión	Usuarios	Sesiones	Sesiones con interacción	Tiempo de interacción por sesión medio
		721.450 100 % respecto al total	884.775 100 % respecto al total	645.363 100 % respecto al total	1 min y 12 s Media 0 %
1	google / cpc	311.137	380.722	285.097	1 min y 06 s
2	google / organic	220.036	258.971	192.364	1 min y 12 s
3	(direct) / (none)	137.369	167.277	112.496	0 min y 59 s
4	(not set)	6.326	6.611	14	0 min y 59 s
5	googleadsense / affiliation	4.914	5.918	3.894	1 min y 06 s
6	bing / organic	4.497	5.468	4.331	2 min y 24 s
7	afiliacion / blog	3.856	4.528	3.832	1 min y 32 s
8	afiliacion / blog	2.722	3.359	2.564	1 min y 16 s
9	googleadsense / affiliation	2.345	2.889	2.470	1 min y 34 s
10	googleadsense / affiliation	2.019	2.771	2.048	1 min y 29 s





Informe panorámico



En tiempo real



Life cycle



Adquisición



Resumen

Adquisición de usuarios

Adquisición de tráfico

Interacción

Monetización

Retención

Usuario

Grupos demográficos

Tecnología

Biblioteca



Adquisición de tráfico: Campaña de la sesión



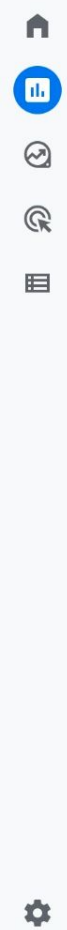
los últimos 28 días 20 dic 2022-16 ene 2023



Campaña de la sesión +

	↓ Usuarios	Sesiones	Sesiones con interacción	Tiempo de interacción por sesión medio
	716.503 100 % respecto al total	876.919 100 % respecto al total	642.416 100 % respecto al total	1 min y 10 s Media 0 %
1 (organic)	228.014	267.935	199.646	1 min y 14 s
2 (direct)	137.380	167.313	112.496	0 min y 59 s
3 EN - Dynamic	35.804	42.071	29.130	0 min y 46 s
4 EN - Brand	30.679	41.690	29.881	1 min y 14 s
5 EN - Product Category	30.351	35.431	25.142	0 min y 55 s
6 (referral)	22.614	27.323	20.372	1 min y 18 s
7 (not set)	15.538	18.231	7.379	0 min y 58 s
8 ES - Categoría de Producto	14.641	16.833	13.226	1 min y 24 s
9 ES - Brand	11.461	15.524	11.847	1 min y 39 s
10 EN - Contra-Brand	11.079	12.701	8.570	0 min y 52 s





Informe panorámico

En tiempo real

Life cycle

Adquisición

Resumen

Adquisición de usuarios

Adquisición de tráfico

Interacción

Monetización

Retención

Usuario

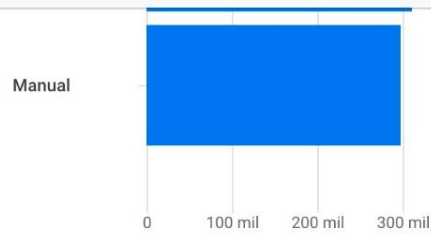
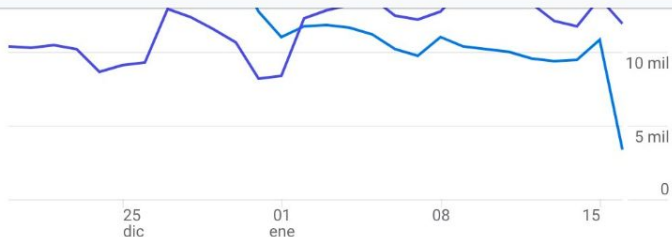
Grupos demográficos

Tecnología

Biblioteca

Adquisición de tráfico: Plataforma de origen de la sesión

los últimos 28 días 20 dic 2022-16 ene 2023



Google Ads Manual

Buscar...

Filas por página: 10 1-3 de 3

Plataforma de o...n de la sesión		↓ Usuarios	Sesiones	Sesiones con interacción	Tiempo interacción por sesión
		726.869	892.462	651.634	1 min y
		100 % respecto al total	100 % respecto al total	100 % respecto al total	Medi
1	Google Ads	310.603	379.590	284.501	1 min y
2	Manual	297.048	356.027	265.177	1 min y
3	(not set)	142.356	174.155	112.693	0 min y



Informe panorámico



En tiempo real



Life cycle



Adquisición



Resumen

Adquisición de usuarios

Adquisición de tráfico



Interacción



Monetización



Retención



Usuario

Grupos demográficos

Tecnología



Biblioteca



Adquisición de tráfico: Fuente/medio de la sesión



los últimos 28 días 20 dic 2022-16 ene 2023



	Fuente/medio de la sesión	↓ Usuarios	Sesiones	Sesiones con interacción	Tiempo de interacción por sesión medio
		721.450	884.775	645.363	1 min y 12 s
		100 % respecto al total	100 % respecto al total	100 % respecto al total	Media 0 %
1	google / cpc	311.137	380.722	285.097	1 min y 06 s
2	google / organic	220.036	258.971	192.364	1 min y 12 s
3	(direct) / (none)	137.369	167.277	112.496	0 min y 59 s
4	(not set)	6.326	6.611	14	0 min y 59 s
5	google / organic / affiliation	4.914	5.918	3.894	1 min y 06 s
6	bing / organic	4.497	5.468	4.331	2 min y 24 s
7	afiliacion / blog	3.856	4.528	3.832	1 min y 32 s
8	afiliacion / blog	2.722	3.359	2.564	1 min y 16 s
9	google / organic / affiliation	2.345	2.889	2.470	1 min y 34 s
10	google / organic / affiliation	2.019	2.771	2.048	1 min y 29 s



Informe panorámico



En tiempo real



Life cycle



Adquisición

Resumen

Adquisición de usuarios

Adquisición de tráfico

Interacción

Monetización

Retención



Usuario

Grupos demográficos

Tecnología



Biblioteca



Adquisición de tráfico: Fuente/medio de la sesión



los últimos 28 días 20 dic 2022-16 ene 2023



Fuente/medio de la sesión

Buscar elementos

- Datos demográficos
- Fuente de tráfico
- General
- Geografía
- Hora
- Personalizada
- Plataforma o dispositivo
- Página o pantalla
- Tiempo de vida de los usuarios
- Usuario

1	google / cpc				
2	google / organic				
3	(direct) / (none)				
4	(not set)				
5	google / organic				
6	bing / organic				
7	afiliacion / blog				
8	afiliacion / blog	2.722	3.359	2.564	1 min y 16 s
9	google / organic	2.345	2.889	2.470	1 min y 34 s
10	afiliacion / blog	2.019	2.771	2.048	1 min y 29 s



- Informe panorámico
- En tiempo real
- Life cycle
- Adquisición
 - Resumen
 - Adquisición de usuarios
 - Adquisición de tráfico**
 - Interacción
 - Monetización
 - Retención
- Usuario
 - Grupos demográficos
 - Tecnología
- Biblioteca

Adquisición de tráfico: Fuente/medio de la sesión los últimos 28 días 20 dic 2022-16 ene 2023

Fuente/medio de la sesión	Fuente de tráfico				Nombre
1	google / cpc				
2	google / organic				
3	(direct) / (none)				
4	(not set)				
5	google / organic				
6	bing / organic				
7	afiliacion / blog				
8	afiliacion / blog	2.722	3.359	2.564	1 min y 16 s
9	google / organic	2.345	2.889	2.470	1 min y 34 s
10	afiliacion / blog	2.019	2.771	2.048	1 min y 29 s

Fuente de tráfico
Nombre
Primer **término** manual del usuario
Término manual de la sesión

- Informe panorámico
- En tiempo real
- Life cycle
- Adquisición
 - Resumen
 - Adquisición de usuarios
 - Adquisición de tráfico**
 - Interacción
 - Monetización
 - Retención
- Usuario
 - Grupos demográficos
 - Tecnología
- Biblioteca

Adquisición de tráfico: Fuente/medio de la sesión los últimos 28 días 20 dic 2022-16 ene 2023

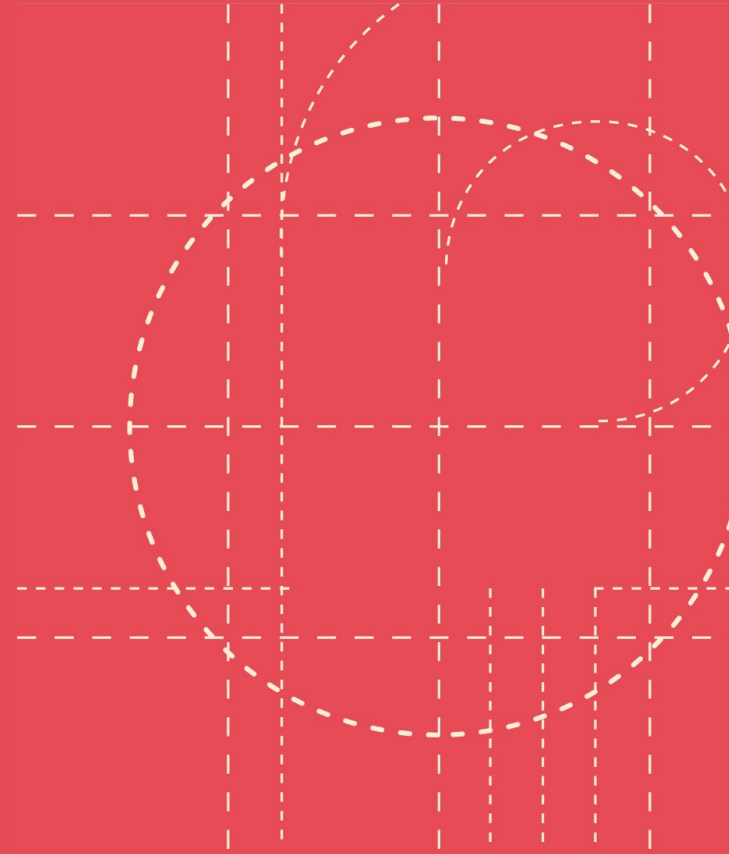
Fuente/medio de la sesión	Fuente de tráfico	Nombre
1	google / cpc	Primer contenido de anuncio manual del usuario
2	google / organic	Contenido de anuncio manual de la sesión
3	(direct) / (none)	
4	(not set)	
5	... / affiliation	
6	bing / organic	
7	afiliacion / blog	
8	afiliacion / blog	2.722 3.359 2.564 1 min y 16 s
9	... / affiliation	2.345 2.889 2.470 1 min y 34 s
10	... / affiliation	2.019 2.771 2.048 1 min y 29 s

ANÁLISIS GA4

PARÁMETRO	DIMENSIÓN
utm_source	<ul style="list-style-type: none">● Fuente● Primera fuente del usuario● Fuente de la sesión
utm_medium	<ul style="list-style-type: none">● Medio● Primer medio del usuario● Medio de la sesión
utm_campaign	<ul style="list-style-type: none">● Campaña● Primera campaña del usuario● Campaña de la sesión

DUDAS

FRECUENTES



¿Da igual el orden de los parámetros?

Sí, es indiferente.

¿Tiene influencia en SEO usar UTMs?

Algunas personas opinan que Google interpreta los enlaces con UTMs como si fueran enlaces pagados, pero **no es así**.

FAQ



John Mueller is mostly not here 

@JohnMu



En respuesta a [@RedCardinal](#) y [@IrishWonder](#)

Links with utm parameters are just links. They're definitely not considered paid links.

[Traducir Tweet](#)

10:46 a. m. · 9 feb. 2022

9 Retweets **7** Tweets citados **24** Me gusta



FAQ

¿Son sensibles a mayúsculas/minúsculas?

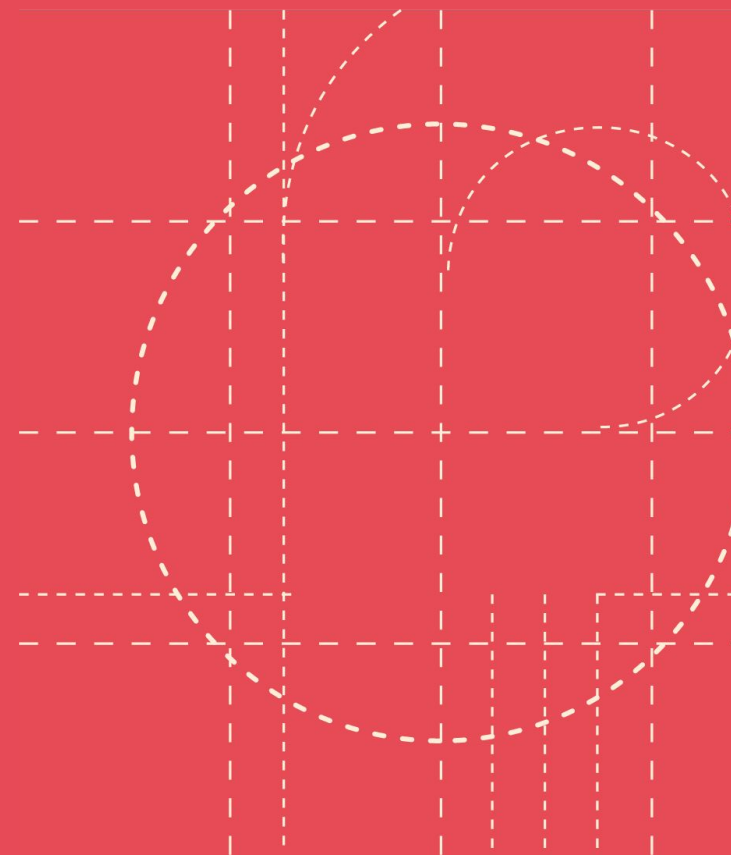
Como todo lo importante en esta vida, **sí**.



¿Es lo mismo que gclid o fbclid?

Solo en parte. Estos sistemas se usan para rastrear conversiones de Google Ads y Facebook Ads. Son automáticos pero no se pueden leer fuera de su ecosistema.

CONSEJOS



No uses espacios o caracteres especiales

https://3ymedia.school/productos/curso-de-google-analytics-4/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=%28-20%25%29+navidad

En su lugar usa guiones o guiones bajos

Puedes mostrar cadenas con espacios en los informes.

Simplemente separa las palabras con + en lugar de dejando un espacio en el constructor de utms:

?utm_source:facebook+campaign → **facebook campaign**

No uses UTMs en enlaces internos

Utiliza en su lugar las Exploraciones de rutas de GA4.

Bit.ly integra el sistema UTM

Y te permite monitorizar el número de clicks y la documentación de enlaces mediante etiquetas.



Create new

Dashboard

Links

Link-in-bio **NEW!**

Campaigns

Custom links

Settings



Get custom links and a complimentary domain. [Upgrade now](#)

Search...

Upgrade



tat

Create new

Destination

http://www.my_long_url.com

You can create **10.000** more links this month. ?

Title (optional)



Add UTMs to track web traffic in analytics tools

Source

e.g., google, newsletter

Medium

e.g., cpc, banner, email

Campaign

e.g., spring_sale

Term (optional)

e.g., something

Content (optional)

e.g., something else

UTM tag preview ?

Upgrade for bulk upload. [View plans](#)

Cancel

Create

Ways to share

Short link

Domain

3ym.es



Custom back-half (optional)

lo-que-quieras

You can create **50** more custom back-halves this month. [?](#)

QR Code (optional)



Generate a QR Code to share anywhere people can scan it

Foreground color



#000000

Logo



Show Bitly logo



Draft preview

This is a temporary representation
of your QR Code

Organiza todos tus enlaces

Es suficiente con una Google Sheet que comparta toda tu organización. Te permitirá mantener mejor la coherencia.

CONSEJOS





Constructor de UTMs

Este documento sirve para tener una referencia de la fuente de cada visita que llega a una landing determinada y documentar los parámetros usados para ser utilizados cuando sea necesario, manteniendo la coherencia de las

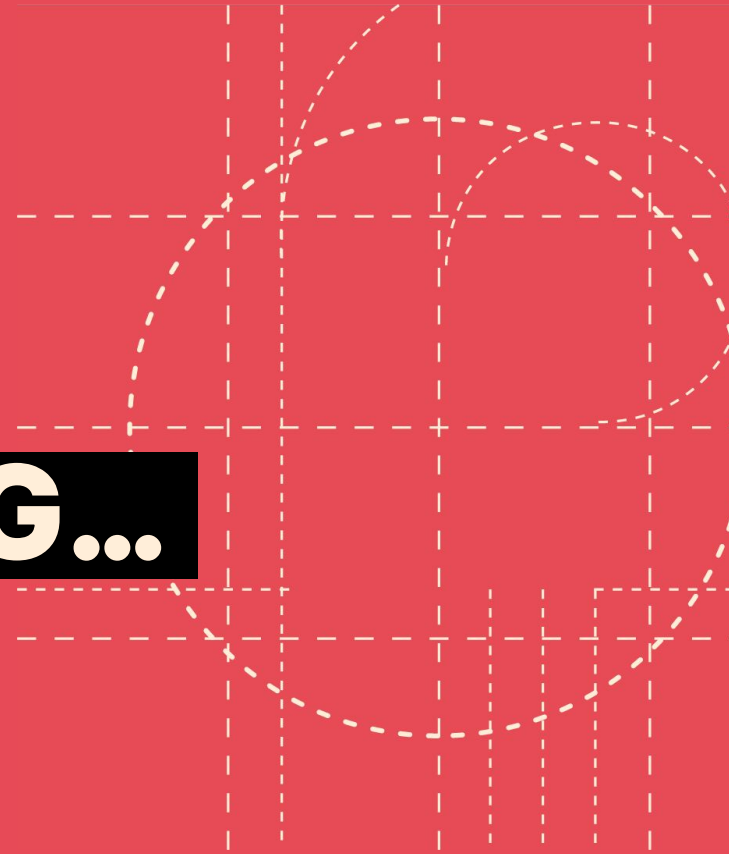
- 1) No reutilices las etiquetas para fuentes, campañas o medios distintos.
- 2) No uses caracteres no válidos para urls: ñ, ¿, ¡ y cosas así. Todo en minúsculas y guiones
- 3) Los resultados podrás verlos en los informes de campaña de GA4
- 4) Los campos marcados con * son obligatorios

Fecha	URL*	Estado URL	Campaña Activa	campaign id	utm_campaign*	utm_medium*	utm_source*	utm_content	utm_term	Enlace para tracking	Enlace acortado
Doble clic para seleccionar	URL del destino de la campaña	¿La URL es accesible?	¿URL+UTM Publicada?	Identificador único de campaña de Ads	Nombre de la campaña	Medio de la campaña	Fuente de la campaña	Contenido	keyword de campañas de búsqueda	Esta es la url con todos los parámetros UTM completos	Ve a Extensiones>Advanced URL Shortner>Start y haz clic en Process para acortar la url
2023-01-11	https://ejemplo.com	200	<input checked="" type="checkbox"/>	fbads-345678	campana-ejemplo	email	newsletter	banner-superior	palabra-clave	https://ejemplo.com?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=campana-ejemplo&utm_id=fbads-345678&utm_term=palabra-clave&utm_content=banner-superior	https://3ym.es/3Wd2YBp
6/10/2022	https://3ymedia.school/	200	<input checked="" type="checkbox"/>		octubre	email	newsletter			https://3ymedia.school/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=octubre	https://3ym.es/3XBTscd
19/10/2022	https://3ymedia.school/productos/curso-de-google-analytics-4/	200	<input checked="" type="checkbox"/>		ads-ga4	cpc	google		curso+de+ga4	https://3ymedia.school/productos/curso-de-google-analytics-4/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ads-ga4&utm_term=curso+de+ga4	https://3ym.es/3w69cbQ
27/10/2022	https://3ymedia.school/productos/curso-penpot/	200	<input checked="" type="checkbox"/>		ads-penpot	display	google	intersitial		https://3ymedia.school/productos/curso-penpot/?utm_source=google&utm_medium=display&utm_campaign=ads-penpot&utm_content=intersitial	https://3ym.es/3w6523n
10/11/2022	https://3ymedia.school/campos-calculados-de-google-data-studio/	200	<input checked="" type="checkbox"/>		hot-data-studio	social	twitter			https://3ymedia.school/campos-calculados-de-google-data-studio/?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=hot-data-studio	https://3ym.es/3iJ39Xt
15/11/2022	https://3ymedia.school/campos-calculados-de-google-data-studio/	200	<input checked="" type="checkbox"/>		hot-data-studio	social	linkedin			https://3ymedia.school/campos-calculados-de-google-data-studio/?utm_source=linkedin&utm_medium=social&utm_campaign=hot-data-studio	https://3ym.es/3ZEfFrN
24/11/2022	https://3ymedia.school/opportunidades-seo-search-console/	200	<input checked="" type="checkbox"/>		blog-friends	referral	influencer			https://3ymedia.school/opportunidades-seo-search-console/?utm_source=influencer&utm_medium=referral&utm_campaign=blog-friends	https://3ym.es/3H3J4Ex
7/12/2022			<input type="checkbox"/>			referral	test				
21/12/2022	https://3ymedia.net	200	<input checked="" type="checkbox"/>	id	campaign	cpc	source	content	term	https://3ymedia.net?utm_source=source&utm_medium=cpc&utm_campaign=campaign&utm_id=id&utm_term=term&utm_content=content	https://3ymedia.net?utm_source=source&utm_medium=cpc&utm_campaign=campaign&utm_id=id&utm_term=term&utm_content=content
28/12/2022	https://3ymedia.school	200	<input type="checkbox"/>			-				https://3ymedia.school/	https://3ymedia.school/
			<input type="checkbox"/>			-					
			<input type="checkbox"/>			-					
			<input type="checkbox"/>			-					
			<input type="checkbox"/>			-					
			<input type="checkbox"/>			-					



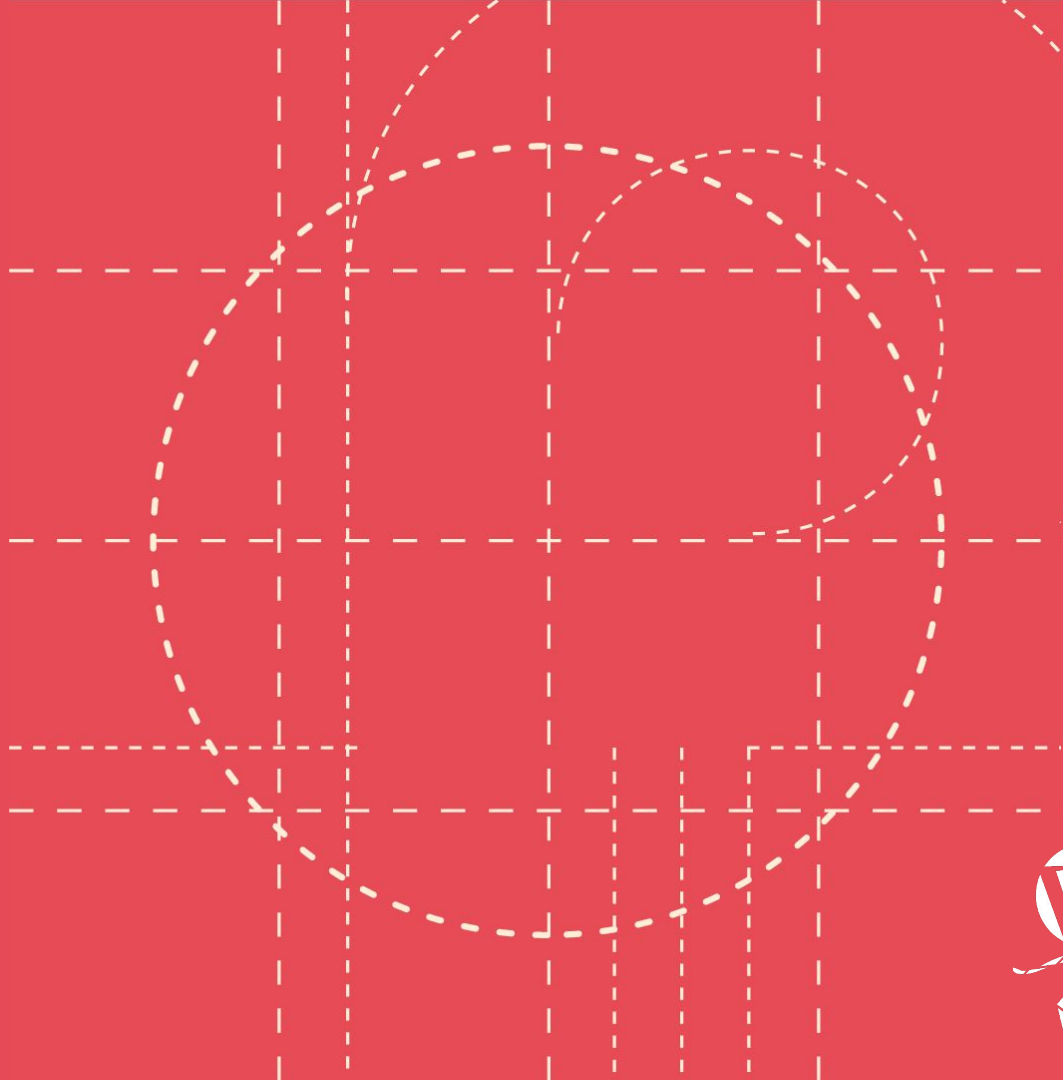
3ym.es/wczgz-utm

ONE MORE THING...





>sudo killall FTS



**Word-
Camp**
Zaragoza
2023