**Pinterest pone a disposición herramientas nuevas para ayudar a los anunciantes a detectar tendencias emergentes y medir el éxito**

**Santiago, Chile. 17 de octubre de 2022.-** Las personas entran a Pinterest a buscar inspiración con una intención formada. Ya sea que estén mirando las últimas tendencias o haciendo clic en anuncios relacionados con lo que quieren comprar, llegan con expectativas de encontrar lo que buscan y dispuestas a descubrir algo nuevo. Hoy damos a conocer nuevas herramientas para los anunciantes que harán más eficiente el proceso desde el comienzo del ciclo de vida de la campaña hasta los informes posteriores a ella.

Ya está disponible la herramienta [Pinterest Trends](https://trends.pinterest.com/) expandida, que ayuda a los anunciantes de todo el mundo a obtener información más precisa sobre el comportamiento de planificación de los usuarios y así poder organizar y guiar la campaña mediante procesos creativos y de segmentación.

Además, después de realizar las tareas de publicidad, los anunciantes pueden acceder a la nueva API de conversiones de Pinterest, ahora disponible a nivel global. Esta herramienta les brinda una visión integral de los rendimientos de sus campañas para medir las interacciones que el público tuvo con sus sitios web. En las próximas semanas, la API de Pinterest también integrará funciones de conversión a nivel global con su socio comercial Shopify y su socio de administración de etiquetas Google Tag Manager.

“Pinterest tiene una posición única en la intersección del descubrimiento y el comercio, donde la inspiración se encuentra con la intención. Estamos invirtiendo en nuestra plataforma de publicidad para ayudar a las empresas de todo el mundo a alcanzar sus objetivos y conectarse con los consumidores en cada etapa del ciclo de vida de la campaña”, dice Bill Watkins, Chief Revenue Officer de Pinterest.

**Pinterest Trends lleva las marcas a lo más alto**
Hoy, Pinterest está expandiendo la herramienta Pinterest Trends de EE. UU., el Reino Unido y Canadá a otros 30 países y 22 idiomas diferentes, incluido Chile. Se trata de un completo sistema de información pionero en la industria para detectar picos de búsquedas de ciertos temas principales. Los anunciantes podrán usar estos datos para identificar las tendencias predominantes entre su público y alinear así su agenda de creación, segmentación, promoción, contenido y venta según los temas que más les interesan a los usuarios. Esta característica está disponible a nivel global y se puede usar en múltiples dispositivos, con una experiencia mejorada en computadoras de escritorio y tablets.

Con la herramienta **Pinterest Trends**, los anunciantes pueden aprovechar los días festivos del cuarto trimestre y mucho más, gracias a una serie de funciones pioneras en la industria como las siguientes:

* **Tendencias favoritas de tu público**: este widget de la página principal de Pinterest Trends les permite a los anunciantes conocer las tendencias populares de los últimos 90 días entre los usuarios y seguidores con más engagement.
* **Tendencias por datos demográficos**: es la única herramienta que les permite a los anunciantes aplicar filtros por edad, tema, fecha y lugar.
* **Tendencias por temporadas**: los nuevos tipos de tendencias, como esta, les permiten a los anunciantes alinear mejor el contenido y sus agendas de marketing según los momentos en que los usuarios demuestran más engagement ante diferentes temas.

Si bien las nuevas funciones de la herramienta Pinterest Trends brillan por sí solas, las tendencias se vuelven deslumbrantes cuando los anunciantes las usan para mejorar el rendimiento de sus negocios.

Un ejemplo de las ventajas de esta herramienta en Latinoamérica, es el de Home Depot México, que asoció su creatividad de campaña de Halloween a las tendencias crecientes de decoración para esta fiesta y, de esta forma, logró disminuir 1.5 veces los CPC y aumentar un 14% las CTR. *(Campañas de consideración del tercer trimestre de Pinterest).*

**Nueva API de Pinterest para conversiones, integrada con Shopify y Google Tag Manager**

La API de Pinterest para conversiones es una herramienta nueva y segura que les permite a los anunciantes conectar sus datos a Pinterest para lograr una mejor segmentación y medición. Mediante esta solución sin etiquetas y de servidor a servidor, los anunciantes pueden obtener una visibilidad constante del rendimiento y, al mismo tiempo, optimizar las campañas de anuncios en Pinterest. Esto se hace cada vez más importante a medida que se desarrolla la industria.

Hasta ahora, cientos de anunciantes de todo el mundo se asociaron con Pinterest a fin de implementar la API para conversiones y poder medir su impacto en el rendimiento y la fiabilidad de sus anuncios. Los primeros resultados de la información obtenida mostraron que la API para conversiones no solo es el futuro de la medición de conversiones, sino que también potencia el rendimiento de los anuncios en Pinterest. Los anunciantes que implementaron la API para conversiones lograron lo siguiente:

* Un 14% de mejora en el costo por acción (CPA) respecto del uso únicamente de etiquetas cuando utilizaron la API junto con etiquetas en las campañas de oCPM
* Un 36% de aumento promedio en el volumen de conversión atribuido al usar tanto la API para conversiones como las etiquetas, en contraste con el uso únicamente de etiquetas

Si bien el caso de uso más frecuente de la API para conversiones son las acciones en la parte inferior del embudo, como las compras, muchos anunciantes la aprovechan también para optimizar acciones en el embudo completo: añadir al carrito y visitas a la página.

Tras el reciente lanzamiento de la API de Pinterest para [compras](https://newsroom.pinterest.com/en-gb/post/pinterest-doubles-down-on-shopping-introducing-api-for-shopping-and-product-tagging-for-pins), la API para conversiones es el nuevo caso de uso disponible en lo que respecta a la API de Pinterest y al conjunto integral de soluciones de medición que se ofrecen. La API de Pinterest para conversiones está disponible para anunciantes de todo el mundo y se puede implementar de manera directa o a través de los socios Shopify o Google Tag Manager.

* **Integración directa:** los anunciantes cuentan con el mayor nivel de control. Requiere recursos de desarrolladores. Para obtener más información, visita la [plataforma para desarrolladores de Pinterest](https://developers.pinterest.com/docs/features/conversion-management/).
* **Integración con socios:** estará disponible en las próximas semanas. Los anunciantes podrán implementar la API para conversiones rápidamente mediante un tercero sin necesidad de utilizar recursos de desarrolladores.
	+ Shopify: Hasta el momento, todos los comerciantes de Pinterest son aptos a través del [canal de Pinterest](https://apps.shopify.com/pinterest).
	+ Google Tag Manager: los anunciantes ya deben estar trabajando con Server Side de GTM

“Con los píxeles para servidores y la API de Pinterest para conversiones, Shopify ahora puede ofrecerles a sus millones de comerciantes otra herramienta segura para descubrir usuarios entre los más de 400 millones de Pinterest”, señala Egan Cheung, director de productos y responsable del engagement en Shopify.

A fin de obtener más información sobre la API para conversiones, las próximas integraciones con socios y el método de implementación, visita el [centro de asistencia de Pinterest](https://help.pinterest.com/en/business/article/the-pinterest-api-for-conversions) o comunícate con tu representante de la plataforma. Para conocer las novedades de la API de Pinterest, como conversiones, nuevas herramientas para desarrolladores y mucho más, [regístrate en el seminario web sobre la plataforma para desarrolladores de Pinterest que se llevará a cabo el jueves](https://pinterest.zoom.us/webinar/register/1316645544357/WN_RmdfEBskRRGZFYnFBna_Uw) (20/10/2022 a las 8:30 a. m PST).

*\*Datos internos de Pinterest, prueba beta con 24 anunciantes, 12/5/2022 - 30/9/2022.*

###

**Sobre Pinterest**

Personas de todo el mundo acuden a **Pinterest** en busca de inspiración. Pinterest es un motor de descubrimiento visual en el que la gente encuentra creadores inspiradores, compra nuevos productos y busca ideas para llevar a cabo en su vida. La gente ha guardado cerca de 330.000 millones de Pins, los intereses van desde la creación de una oficina en casa, cocinar una nueva receta hasta encontrar su próximo destino de vacaciones. Con sede en San Francisco, Pinterest se lanzó en 2010 y cuenta con más de 400 millones de usuarios activos mensuales. Está disponible en iOS y Android, y en [pinterest.cl](https://www.pinterest.cl/)

**Para mayor información, por favor contactar a:**

Elina Ambriz Valencia

Cel: +56 9 351 40258

elina.ambriz@another.co