

# Google Partners Academy

Comenzamos en unos instantes



# Google Partners Academy

Examen de Certificación de Google Shopping



## Agenda de la Clase de anterior:

**¿Qué es Marketing Online?**

**SEO y SEM**

**Analítica Web**

**Conceptos básicos de Google AdWords**

## Agenda de la Clase de hoy:

**Visión general del funcionamiento de los Anuncios de ficha de producto**

**Creación de una cuenta de Google Merchant Center**

**Creación de un feed de datos de producto**

**Creación de campañas de Shopping en AdWords**



[g.co/GPA](https://g.co/GPA)

Todas las clases en línea en un solo lugar

# #AdWordsAyuda

¡Realicen sus **preguntas** debajo del video  
y al final de la clase las responderemos!



/AdWordsES



@AdWordsES



/AprendeConGoogle



+GoogleParaTuNegocio

# ¡Encuesta y sugerencias!

Denos su opinión y sugiera temas.

# Visión General del funcionamiento de los Anuncios de ficha de producto

# ¿Qué es Google Merchant Center?



- ✓ Herramienta que permite subir datos de tienda y de producto a Google
- ✓ Los pone a disposición de Google Shopping y otros servicios de Google

# ¿Qué es Google Shopping?

- ✓ Permite atraer a un mayor número de compradores potenciales
- ✓ Permite controlar la información de los artículos

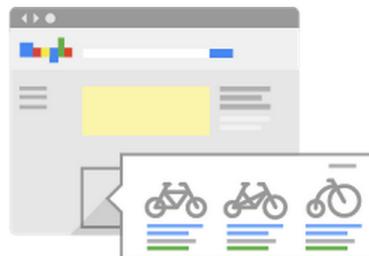


# ¿Dónde está disponible?

Actualmente, Google Shopping está disponible en:

- |             |                  |                   |
|-------------|------------------|-------------------|
| ✓ Alemania  | ✓ Estados Unidos | ✓ Países Bajos    |
| ✓ Australia | ✓ Francia        | ✓ Reino Unido     |
| ✓ Brasil    | ✓ Italia         | ✓ República Checa |
| ✓ España    | ✓ Japón          | ✓ Suiza           |

# ¿Qué son los anuncios de ficha de producto?



Los anuncios de ficha de producto le permiten incluir:

- ✓ Una imagen
- ✓ Un mensaje promocional
- ✓ Un título
- ✓ El nombre de su
- ✓ Un precio tienda/empresa

Este tipo de anuncios muestra un conjunto de productos relevantes para una determinada búsqueda

## Ventajas:

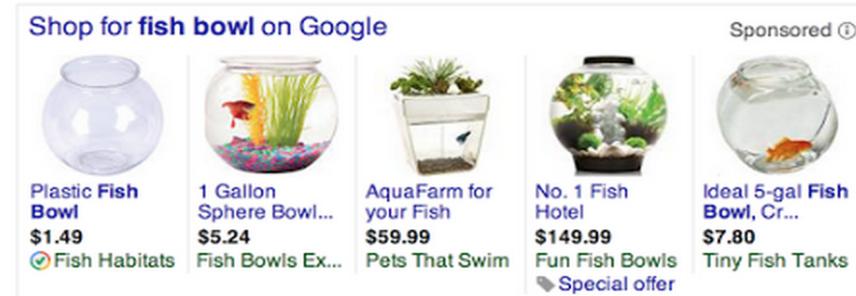
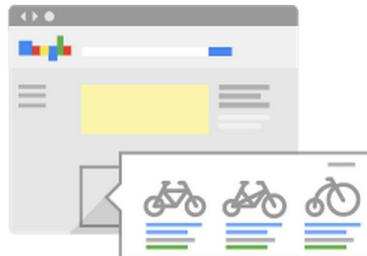
- ✓ Más tráfico
- ✓ Oportunidades de venta mejor cualificadas
- ✓ Fácil administración de campañas orientadas a minoristas
- ✓ Mayor presencia
- ✓ Informes eficaces y datos de la competencia

Shop for fish bowl on Google

 Plastic Fish Bowl \$1.49 Fish Habitats	 1 Gallon Sphere Bowl... \$5.24 Fish Bowls Ex...	 AquaFarm for your Fish \$59.99 Pets That Swim	 No. 1 Fish Hotel \$149.99 Fun Fish Bowls	 Ideal 5-gal Fish Bowl, Cr... \$7.80 Tiny Fish Tanks
--	--	--	---	--

Sponsored

# ¿Qué son los anuncios de ficha de producto (2)?



## ¿Cómo funcionan?

- ✓ Se utiliza el feed de productos de MC en lugar de las palabras clave
- ✓ Se administran en AdWords mediante las campañas de Shopping

## ¿Dónde se muestran?

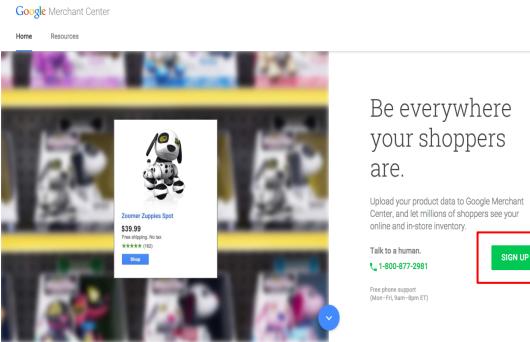
- ✓ Dentro de su propio recuadro en Búsqueda de Google
- ✓ En los sitios web de socios de búsqueda de Google
- ✓ Google Shopping

## ¿Cuánto cuestan?

- ✓ Cobramos los clics en los anuncios de ficha de producto según el coste por clic (CPC)

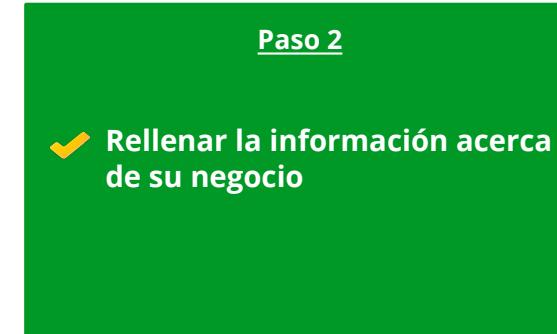
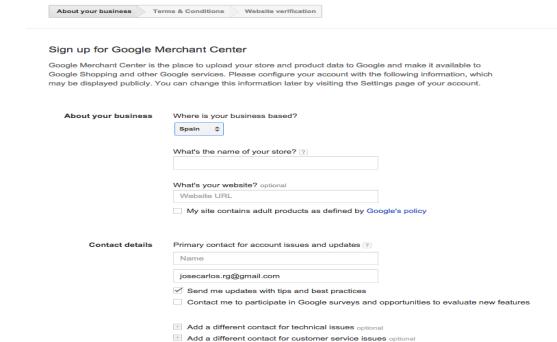
# Creación de una cuenta de Google Merchant Center

# ¿Cómo abrir una cuenta en Merchant Center?



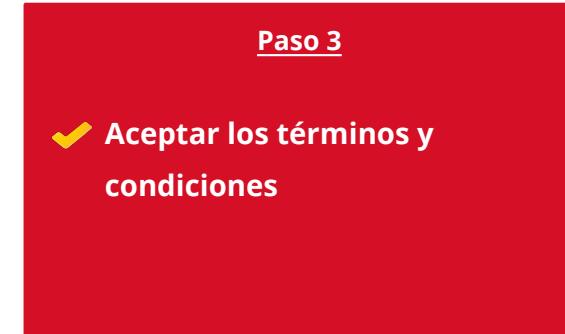
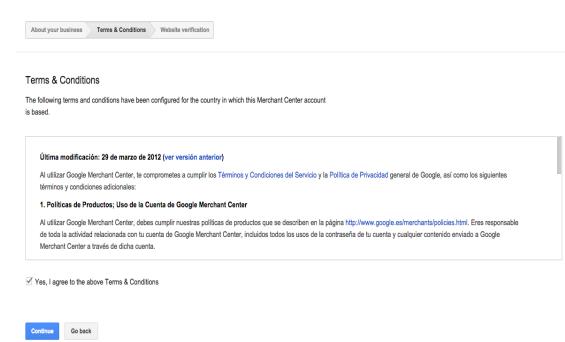
## Paso 1

✓ Acceder a google.es/merchants y crear una cuenta



## Paso 2

✓ Rellenar la información acerca de su negocio



## Paso 3

✓ Aceptar los términos y condiciones

# Verificar y reclamar la URL de su sitio web

- ✓ Cuando se registra una cuenta de Merchant Center, aparece la opción para verificar y reclamar la URL del sitio web. Lo más recomendable es realizar este paso en este momento, sobre todo si desea usar Google Shopping.
- ✓ Si prefiere saltarse este paso durante el registro, podrá verificar y reclamar la URL de su sitio web en la pestaña de Configuración de la cuenta de Merchant Center.

General settings

Dashboard

Diagnostics

API Diagnostics

Feeds

Products

Settings

**General**

FTP

**About your business**

What's the name of your store?  
Ejemplo

What's your website? optional [?](#)  
http://www.ejemplo123.com

✗ Unverified

✗ Unclaimed

[Verify your website in Webmaster Tools](#)

What's your business address? optional  
Spain (España)

**Contact details**

Primary contact for critical account issues

Verifica y reclama tu URL.

# Creación de un feed de datos de producto

# ¿Qué es un feed de datos de productos?

Es un fichero que contiene nombre y descripción de nuestros productos.

Los atributos de un feed de datos funcionan como palabras clave



# Especificación de feed de datos de productos

## ✓ Atributo Obligatorio

- ‘id’
- ‘título’
- ‘descripción’
- ‘enlace’
- ‘enlace imagen’
- ‘estado’
- ‘disponibilidad’
- ‘precio’

## ✓ Atributo Recomendado (ejemplos)

- ‘categoría en google product’
- ‘categoría’
- ‘enlace móvil’
- ‘enlace imagen adicional’
- ‘marca’ 2/3
- ‘gtin’ 2/3
- ‘mpn’ 2/3
- ‘envío’

# Registrar un feed de datos

1.

The screenshot shows the Google Data feeds interface. On the left, a sidebar menu includes 'Dashboard', 'Diagnostics', 'API Diagnostics', 'Feeds' (which is highlighted with a red box and has a yellow callout pointing to it), 'Products', and 'Settings'. The main content area is titled 'Data feeds' and features a red box around the '+ DATA FEED' button. Below the button is a table with columns: Name, Feed ID, File name, Mode, Type, Method, Target country, Last upload date, Expiry date, Schedule, and Status. A message in the table says 'You do not have any feeds.' At the bottom right of the table are buttons for 'Show rows' (set to 50), and navigation arrows.

Name	Feed ID	File name	Mode	Type	Method	Target country	Last upload date	Expiry date	Schedule	Status
You do not have any feeds.										

Country: Spain

# Registrar un feed de datos

2.

Google Merchant Center

Dashboard

Diagnostics

API Diagnostics

**Feeds**

Products

Settings

Register a new feed

1 Basic information 2 Upload method 3 Feed setup

Mode  Standard  Test

Feed type

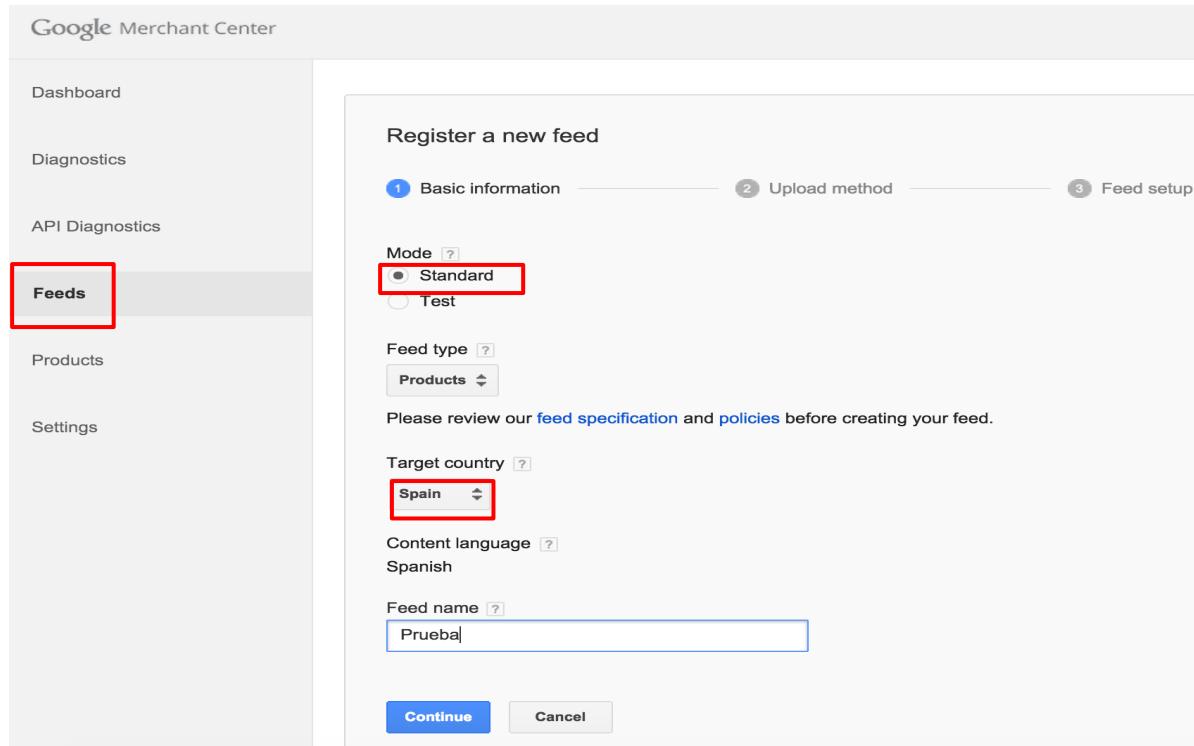
Please review our [feed specification](#) and [policies](#) before creating your feed.

Target country

Content language

Feed name

Continue Cancel



# Subir un feed de datos (opciones de subida)

3.

Subida a través de FTP  
(archivos de menos de 1GB)

Subida automática  
(recuperación  
programada, menos de  
1GB)

Subida directa (archivos de  
menos de 20MB)



**Nota: Si envía sus productos a Google Shopping por primera vez a un país de destino en concreto, podríamos tardar hasta 3 días laborables en revisarlos.**

# Prácticas recomendadas para los feeds de productos de MC

Configurar los atributos

Compruebe la calidad de los datos de los productos

Compruebe los productos del feed de productos



# Creación y Optimización de campañas de Shopping en AdWords

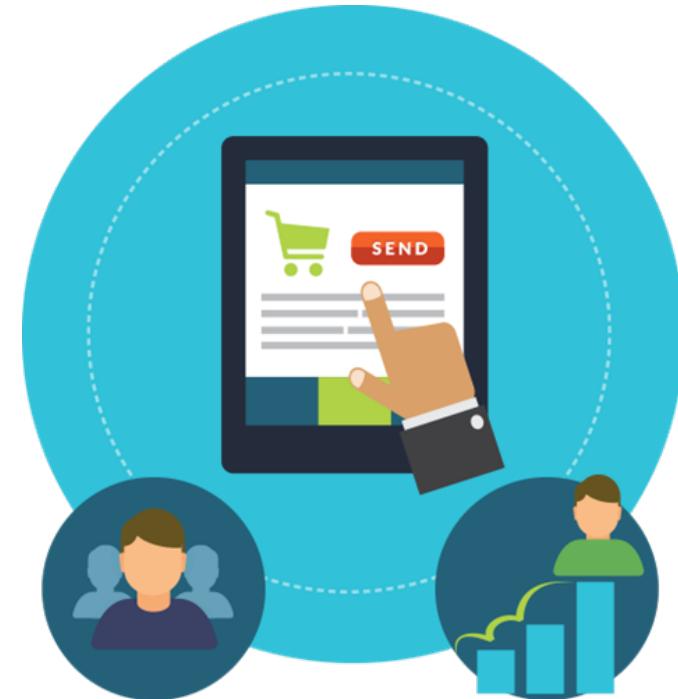
# Enlazar con la cuenta de AdWords

**Paso 1: Solicitar el enlace de las cuentas de Merchant Center y AdWords**

En MC - Configuración - AdWords - Enlazar cuentas

**Paso 2: Aprobar las solicitudes de enlace de Merchant Center en Adwords**

Configuración de la cuenta - Cuentas enlazadas - Merchant Center



# ¿Cómo crear una campaña de Shopping?

**+ CAMPAÑA** ■ Editar ■ Más información ■ Estrategia ■

**Búsqueda con selección de Display**  
La mejor oportunidad para llegar a la mayor cantidad posible de clientes

**■ Solo para la Red de Búsqueda**  
Búsqueda de Google y socios de búsqueda

**■ Solo para la Red de Display**  
Red de Google de sitios web de socios

**■ Shopping**  
La mejor forma de crear anuncios de ficha de producto

**Vídeo online**

+Campaña - Shopping

**Tipo: Shopping - Anuncios de ficha de producto**

Nombre de la campaña

Tipo ■ Shopping Anuncios de ficha de producto - Anuncios de Google Merchant Center

Este tipo de campaña incorpora una integración directa con el inventario de productos de forma integrada, proporcionando información sobre los tipos de campañas.

O cargue la configuración de ■ Campañas existentes

Número de identificación del comerciante ■ Seleccionar cuenta

País de venta ■ Primero, seleccione el número de identificación del comerciante.

Número de ID del comerciante

Número de identificación del comerciante ■

País de venta ■ Seleccionar un país

Redes ■

Allemalia, Australia, Austria, Brasil, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia, India, Italia, Japón, México, Noruega

Dispositivos ■

Ubicaciones ■

modifique el tipo de Google búsqueda  
arán en todos los ti  
sea segmentar (o e  
s yo mismo...

Selecciónamos el país de venta

Continúe asignando su estrategia de puja, presupuesto y más opciones avanzadas ...

+ Información

## Prácticas recomendadas para configurar las campañas de Shopping

Organice la campaña en función de sus objetivos

Utilice datos comparativos para mejorar su ranking (porcentaje de impresiones, CPC comparado)

Utilice el simulador de pujas para analizar otros escenarios

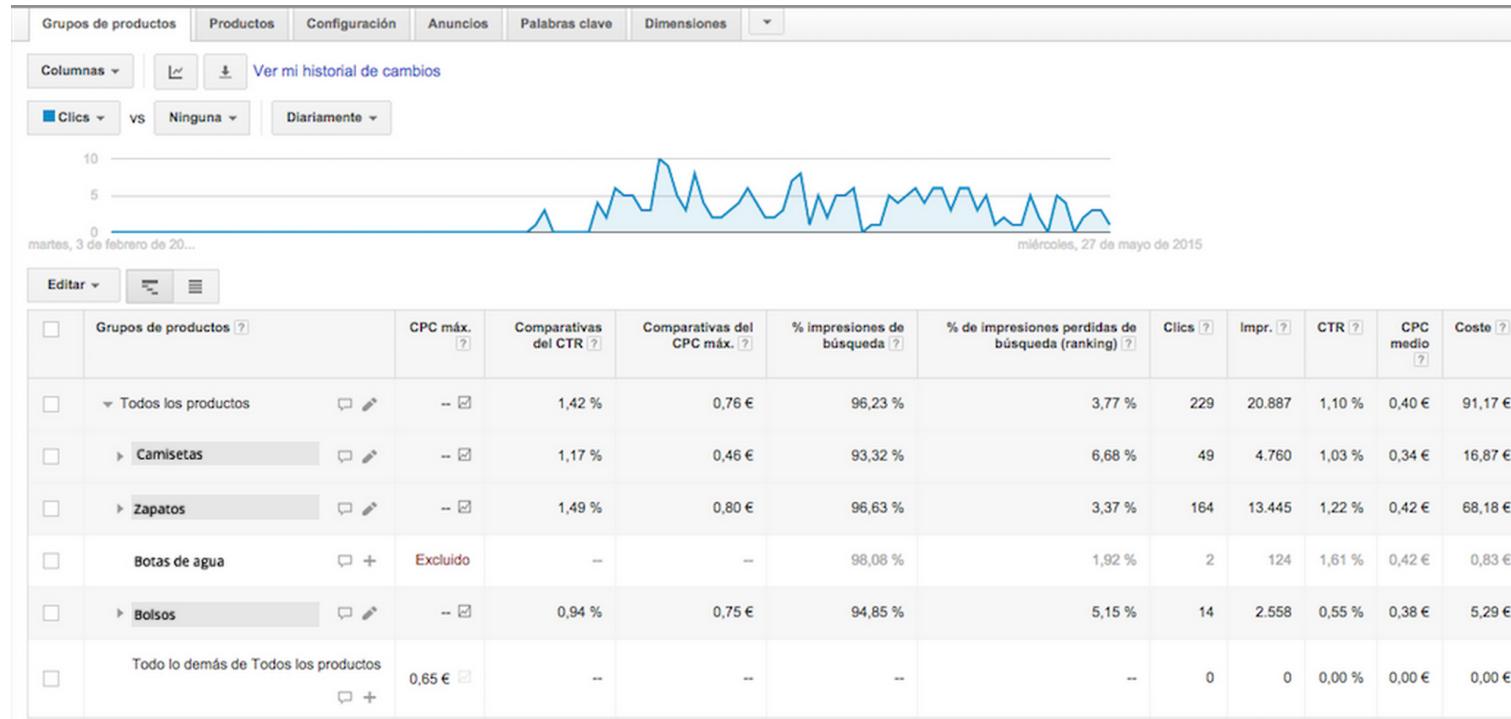
Aumente las pujas en sus categorías, marcas y artículos con mayores conversiones

Utilice estrategias de pujas diferentes basándose en conversiones



# Prácticas recomendadas para configurar las campañas de Shopping

- Diferenciar CPC para diferentes grupos de productos



## Prácticas recomendadas para configurar las campañas de Shopping

- Utilizar estrategias de pujas específicas:

### ECPC (Coste por clic mejorado)

Aumenta la oferta para los clics que tienen más probabilidades de generar una venta o una conversión en su sitio web



### CPA (Coste por adquisición)

Se centran en maximizar las conversiones en vez de los clics. Seguirá pagando por clic, pero AdWords configura automáticamente las pujas para ayudarle a obtener más conversiones.

# Guía de Recomendaciones para campañas de Google Shopping

Aquí

# Google Partners Academy

Próxima clase:

*Prácticas recomendadas para Google Partners:  
Búsqueda*





[g.co/GPA](https://g.co/GPA)

Todas las clases en línea en un solo lugar

# ¿ preguntas ?

## #AdWordsAyuda



/AdWordsES



@AdWordsES



/AprendeConGoogle



+GoogleParaTuNegocio

# ¡Encuesta y sugerencias!

Denos su opinión y sugiera temas.

¡Muchas Gracias!