



# Google Shopping

**Sku:** PH11B09C01

**Horas:** 25

**Formato:** Sin especificar

## OBJETIVOS

1. Conocer en rasgos generales qué es Google shopping y a qué tipo de anunciantes puede ayudar. 2. Conocer las principales diferencias entre los anuncios de la red de búsqueda y los anuncios de Google Shopping. 3. Contar con una idea general de los productos y las prácticas permitidas por las políticas de Google Shopping. 4. Entender la fuente de datos de la que se nutre Google Shopping para mostrar los anuncios, así como el ecosistema de herramientas necesario. 5. Conocer el proceso de creación de un feed de datos: Desde cómo crearlo en un spreadsheet hasta subirlo a Merchant Center. 6. Conocer los campos obligatorios que contiene un feed de datos, y distinguir la forma más óptima de completarlos. Identificar campos que son requeridos en algunas categorías y otros opcionales pero que aportan información valiosa al usuario. 7. Entender por qué es importante redactar de forma adecuada el título y la descripción de cada producto y conocer algunos consejos de utilidad que mejorarán el performance de las campañas. 8. Gracias al ejemplo de Magento 2, entender la facilidad de construcción de feeds gracias a plugins utilizados en las principales plataformas de ecommerce del mercado. 9. Conocer la interfaz de Merchant Center con más detalle. Identificar las zonas usualmente más utilizadas: configuración, métodos de envío, acceso de usuarios. 10. Conocer las formas con las que se puede verificar un sitio web en Merchant Center. 11. Conocer el proceso de vinculación de Merchant Center con la cuenta de Google Adwords. 12. Existen diferentes formas de subir productos al Merchant Center. Aprenderemos las distintas opciones que nos da la plataforma. 13. Conocer la forma de solicitar una multicuenta de Merchant center y su utilidad para el comercio internacional. 14. Saber el proceso de conexión de Google Merchant center con Google Adwords, y crear una campaña de Shopping para publicitar los artículos del feed. 15. Conocer todas las opciones posibles para configurar una campaña de Google Shopping. 16. Entender cómo funcionan los distintos tipos de prioridad de campañas en Google Shopping y saber cuándo usar cada uno. 17. Entender las distintas posibilidades de filtrar productos de un inventario. 18. Entender ambas formas de organización en una campaña de Shopping. Comprender las ventajas e inconvenientes de cada una. 19. Diferenciar las estrategias de puja que pueden usarse en Shopping de las de la red de búsqueda, y comprender lo que puede conseguirse con cada una. 20. En Shopping las métricas de la competencia son más limitadas. Aprenderemos cómo interpretarlas y usarlas para la optimización de la campaña. 21.

Aprender la creación y configuración de este nuevo tipo de campaña de Google Shopping y sus principales diferencias con las campañas tradicionales. 22. Aprenderemos a utilizar este informe para obtener información valiosa de cara a optimizar o negativizar algún término en nuestras campañas. 23. Buscaremos en el rendimiento de nuestra competencia información para poder mejorar el rendimiento de nuestras campañas. 24. Conoceremos formas de automatizar los ajustes de puja en determinados momentos del día. 25. Conoceremos la importancia de automatizar los ajustes de puja por dispositivos móviles. 26. Aprenderemos a sacar todo el potencial a las campañas de Remárketing Dinámico para Google Shopping.

## CONTENIDOS

Unidad 1. Conceptos básicos de Google Shopping. Unidad 2. Feed de datos. Unidad 3. Google Merchant Center. Unidad 4. Estructura de Campañas de Google Shopping. Unidad 5. Optimización de Google Shopping.