

CHANNABLE WHITEPAPER

PRODUCTOS DE GOOGLE

TODO LO QUE
NECESITAS SABER



channable

Google

- 01 **GOOGLE SHOPPING**
- 02 **CAMPAÑAS DE GOOGLE SHOPPING**
- 03 **GOOGLE DISPLAY**
- 04 **GOOGLE ADS**
- 05 **GOOGLE SEARCH ADS 360**
- 06 **GOOGLE ANALYTICS**
- 07 **GOOGLE MANUFACTURER CENTER**
- 08 **GOOGLE PLAY BOOKS**
- 09 **GOOGLE PRODUCT REVIEW**

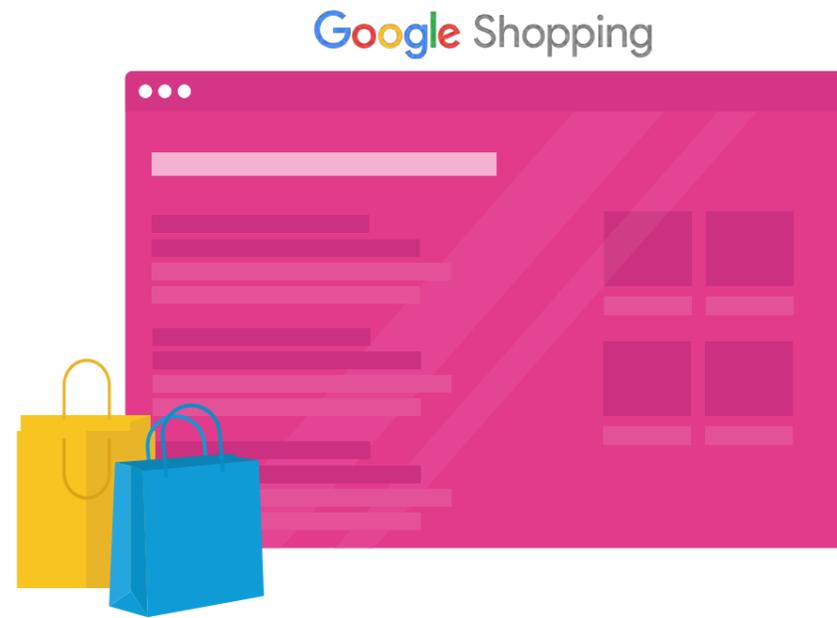
INTRODUCCIÓN

Google se ha convertido en mucho más que en un motor de búsqueda en la última década. Actualmente puede ser complicado estar constantemente actualizado con el enorme catálogo de productos y servicios que ofrece. Muchos de estos productos pueden ayudarte a maximizar las opciones disponibles para anunciar tus productos y servicios por internet. Además, puedes poner en marcha muchos de estos productos utilizando tan solo un feed de datos. Un feed de datos es un archivo que contiene toda la información de tu inventario y detalles de todos tus productos.

En esta guía puedes encontrar una descripción sobre los productos más importantes de Google, los cuales puedes utilizar para mejorar tus tasas de conversión. Además, para ponerlos en marcha necesitarás una integración a partir de un feed de datos. Aprende en qué consisten, quién puede utilizarlos, cómo funcionan y, finalmente, como una herramienta de gestión de feeds puede ayudarte a utilizarlos.

PARTE 1:

GOOGLE SHOPPING



DEBES SABER

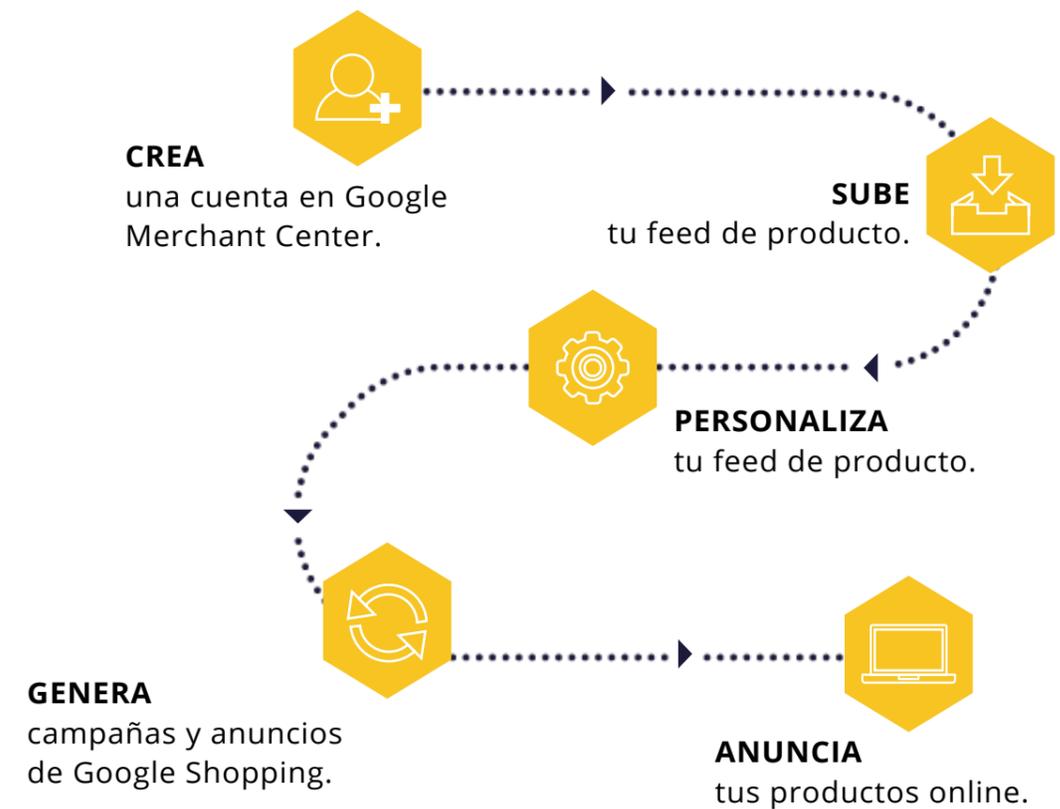
Google Shopping es un comparador de precios de Google. Los usuarios pueden buscar una gran variedad de productos y comparar precios de diferentes vendedores. Una vez seleccionado uno de los productos, los compradores son redirigidos a la tienda online del vendedor. Es muy sencillo anunciar productos en Google Shopping. Los anuncios aparecen en la pestaña "Shopping" de los resultados de búsqueda de Google.

RECOMENDADO PARA

Google Shopping lo utilizan anunciantes que venden productos en su tienda online. Google Shopping es útil para vendedores que quieren aumentar su visibilidad con Google.

¿CÓMO UTILIZAR GOOGLE SHOPPING?

Primero debes crear una cuenta en el Google Merchant Center para importar la información de tus productos. Una vez tengas la cuenta, tienes que importar los datos de tus productos. Esto puede hacerse con un feed de datos. Cuando la información de tus productos se encuentra en el Google Merchant Center ya puedes empezar a personalizar el contenido de tus anuncios. Para anunciar tus productos en Google Shopping necesitas crear campañas y anuncios de Google Shopping.



LAS CLAVES DEL ÉXITO

Para cargar la información de tus productos en Google Merchant Center necesitas un feed de datos. Probablemente el feed de datos que tengas ahora mismo no tenga el formato que Google Shopping necesita. Ahí está la dificultad, en modificar el feed para adaptarlo a los requisitos que pide Google Shopping. Una herramienta de gestión de feeds puede ayudarte a simplificar este proceso.

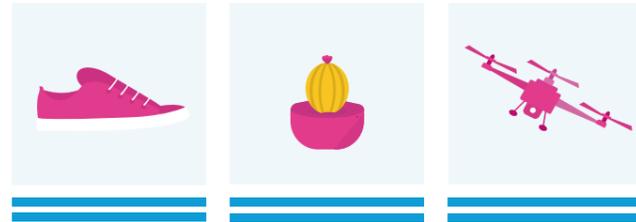
PARTE 2:

CAMPAÑAS DE GOOGLE SHOPPING

DEBES SABER

Las campañas de Shopping ayudan a anunciar tus productos en Google Shopping. Uniendo tu cuenta de Google Ads con tu cuenta de Google Merchant Center puedes comenzar a utilizar las campañas de Shopping. Esta unión puede hacerse en el Merchant Center. Serás capaz de manejar pujas y aumentar la visibilidad de tus productos pujando más por las posiciones más altas.

Puedes crear campañas de Shopping en tu cuenta de Google Ads, pero también



puedes crear campañas muy básicas en tu Merchant Center. Las campañas crearán anuncios de Shopping en Google y en las webs donde clientes potenciales pueden ver los productos que ofreces.

TRES TIPOS DE ANUNCIOS DE SHOPPING

ANUNCIOS DE PRODUCTO DE SHOPPING:

anuncios de shopping en los que pagas por clic.

ANUNCIOS CATÁLOGO DE SHOPPING (SHOWCASE SHOPPING ADS):

estos son anuncios de Shopping agrupando productos relacionados. Es ideal para mostrar tu negocio con términos de búsqueda generales. Pagarás por el engagement o participación con tu anuncio, por ejemplo cuando alguien pulse el botón CTA.

ANUNCIOS DE CATÁLOGO LOCAL (LOCAL INVENTORY ADS):

estos anuncios muestran el número de productos disponibles en una tienda próxima al usuario, aumentando las visitas de las tiendas físicas. El pago también se hace por engagement.

RECOMENDADO PARA

Las campañas de Shopping pueden utilizarlo retailers que ya disponen de una cuenta en Merchant Center y en Google Ads. Gracias a las campañas y anuncios de Google Shopping los retailers tienen la oportunidad de maximizar su visibilidad en su público objetivo.

¿CÓMO UTILIZAR CAMPAÑAS DE GOOGLE SHOPPING?

Para poder crear Campañas de Google Shopping primero debes tener una cuenta en el Google Merchant Center. Tu inventario de productos debe estar en el Merchant Center antes de poder crear campañas de Shopping en Google Ads. Dentro de Google Ads puedes decidir el formato de tu anuncio y especificar un presupuesto y una puja máxima por campaña.

LAS CLAVES DEL ÉXITO



SIMPLIFICAR
PROCESOS



AUTOMATIZAR SU
CREACIÓN



ANUNCIOS MÁS
PRECISOS

Subir tus productos a Google Shopping en el Google Merchant Center requiere un feed de datos. El feed de datos que tengas probablemente no esté en el mismo formato que requiere Google Shopping. Es en este proceso de optimización cuando una herramienta de gestión de feeds va a facilitarte el trabajo.

Además, la herramienta SEM Channable puede ayudarte a generar automáticamente campañas de Shopping para los ítems que quieras anunciar, e incluso crear grupos de anuncios por producto. Esto permite una promoción más precisa, puesto que el anunciante puede definir la puja por producto.

PARTE 3:

GOOGLE DISPLAY



DEBES SABER

La red de Display de Google permite a los anunciantes llegar a públicos objetivos con un anuncio visual mientras navegan en páginas de internet. La prospección y el remarketing son los usos típicos de los anuncios de Google Display. Éstos permiten dirigirse a usuarios de internet que nunca han comprado contigo (prospección) o atraer a antiguos clientes que no finalizaron el proceso de compra contigo (remarketing). Los anuncios display aparecen en la red de Display de Google.

Esto incluye alrededor de 2 millones de páginas, así como plataformas de vídeo como YouTube, aplicaciones móviles y cuentas Gmail. La red de Display de Google soporta anuncios enriquecidos en medios para lograr captar más la atención de los usuarios. Los anunciantes pueden de esta manera crear anuncios más atractivos mediante atributos visuales o de vídeo. Los banners son la forma más conocida de anuncios de display, pero también existen otros como los anuncios intersticiales, rich media y anuncios de vídeo.

RECOMENDADO PARA

La red de Display de Google se recomienda a anunciantes que quieren dar a conocer su marca, incrementar sus ventas o aumentar la fidelidad con anuncios visuales. La red de Display de Google es ideal para anunciantes y comerciales interesados en dirigirse a clientes que ya han mostrado interés, a través de las opciones de prospección y remarketing que ofrece esta herramienta.

¿CÓMO UTILIZAR GOOGLE DISPLAY?

Hay múltiples formatos de anuncios disponibles en la red de Display de Google. Hay anuncios de texto, anuncios enriquecidos con imágenes o vídeos. Una vez que has creado la cuenta Google Ads puedes crear un nuevo anuncio para la red de Display de Google, e incluso usar el creador de anuncios display de Google (GDN display ad builder).

Una vez has creado el contenido del anuncio, puedes definir cómo quieres gestionar los anuncios. Esto incluye seleccionar tu audiencia, definir tu presupuesto y medir su rendimiento.



LOS ANUNCIOS DE TEXTO

son similares a los anuncios de texto de Google Search.



LOS ANUNCIOS DE VIDEO

te permiten incluir video que se reproduce directamente en el anuncio.



LOS ANUNCIOS DE IMAGEN

te permiten incluir imágenes, fondos de colores o diseños personalizados.



LOS ANUNCIOS RICH MEDIA

cuentan con animaciones o elementos interactivos, por ejemplo, un anuncio con un carrusel de productos.

LAS CLAVES DEL ÉXITO

En muchas ocasiones en los anuncios display aparece una imagen, precio y enlace. Para crear tal anuncio debes indicar a Google la información del producto a la que debe estar asociado. Esta información debe proporcionarse en formato de feed. Generar tal feed es sencillo con una herramienta de gestión de feeds.

PARTE 4:

GOOGLE ADS

DEBES SABER

Google Ads es la plataforma de anuncios online para el buscador de Google. Google Ads te permite exhibir tus productos y ofertas a la audiencia adecuada en el momento adecuado. Dentro de Google Ads puedes crear anuncios de texto para la red de Google. Los anuncios de texto son los anuncios que aparecen arriba y debajo de los resultados de una búsqueda en Google. Éstos anuncios de texto se mostrarán dentro del motor de búsqueda de Google, o dentro de la red de páginas web que albergan anuncios Google Ads.

Los anuncios de texto contienen titulares, descripciones y muestran una URL. Google Ads te permite crear anuncios, elegir el público objetivo, controlar tu gasto en las campañas, medir el rendimiento de las mismas y manejarlas. Puedes elegir mostrar anuncios expandidos (con títulos adicionales o una segunda descripción), anuncios responsive (que utilizan inteligencia artificial para adaptarse al usuario), y sitelinks o enlaces de sitios (links adicionales en el anuncio para redireccionar tráfico a páginas específicas de la web).

Mejora tus anuncios con:



ANUNCIOS DE TEXTO EXPANDIDO

(expanded ads). Titulares y descripciones adicionales



ANUNCIOS DE BÚSQUEDA ADAPTABLES

(responsive ads). El anuncio se adapta a la búsqueda del usuario



EXTENSIONES DE PRECIO

(price extensions). Mostrar precios en el anuncio



ENLACES DE SITIOS

(sitelinks). Links adicionales para desviar tráfico a páginas específicas

► Para más información puedes pinchar en los iconos.

RECOMENDADO PARA

Si bien es cierto que es recomendable disponer de cierto conocimiento en el uso de Google Ads, eso no quiere decir que no pueda ser utilizado por los novatos en marketing. Cualquiera que quiera incrementar el número de visitas a su página web, el número de llamadas, el número de instalaciones de una app, sus compras por internet, etc..puede beneficiarse de Google Ads. Google ofrece materiales de formación gratuitos que pueden ser muy útiles para poner Google Ads en funcionamiento.

¿CÓMO UTILIZAR GOOGLE ADS?

Crear los anuncios es el paso final. Estos anuncios serán visibles en el motor de búsqueda y red de Google. Puedes crear muchos grupos de anuncios para una sola campaña. Por ejemplo, puedes tener una campaña diferente para cada país donde estás activo. Cada grupo de anuncios puede corresponder a cada subcategoría de productos, por ejemplo vestidos, zapatos, chaquetas. Tus anuncios serán más específicos, por ejemplo sandalias, deportivas, etc.

Google Ads también se utiliza para crear campañas de Google Shopping. Los pasos para crearlas son similares, solo necesitas seleccionar 'shopping' cuando escojas el tipo de campaña. Google Ads también dispone de muchas herramientas que pueden ayudarte a mejorar las pujas, hacer seguimiento del rendimiento y optimizar las campañas.

LAS CLAVES DEL ÉXITO

La herramienta SEM de Channable te permite generar campañas, grupos de anuncios, palabras clave y enlaces de sitios para Google Ads utilizando la información de tu feed de datos. Al crear los anuncios con Channable ahorras tiempo y mejoras la relevancia de tus anuncios.

La herramienta SEM de Channable simplifica el proceso de crear anuncios individuales de forma manual para gran cantidad de productos que cambian de información de forma frecuente. Para saber como crear anuncios para Google Ads utilizando Channable, solo tienes que contactarnos o echarle un vistazo a la página web.

SECTION 5:

GOOGLE SEARCH ADS 360 (SA360)

DEBES SABER

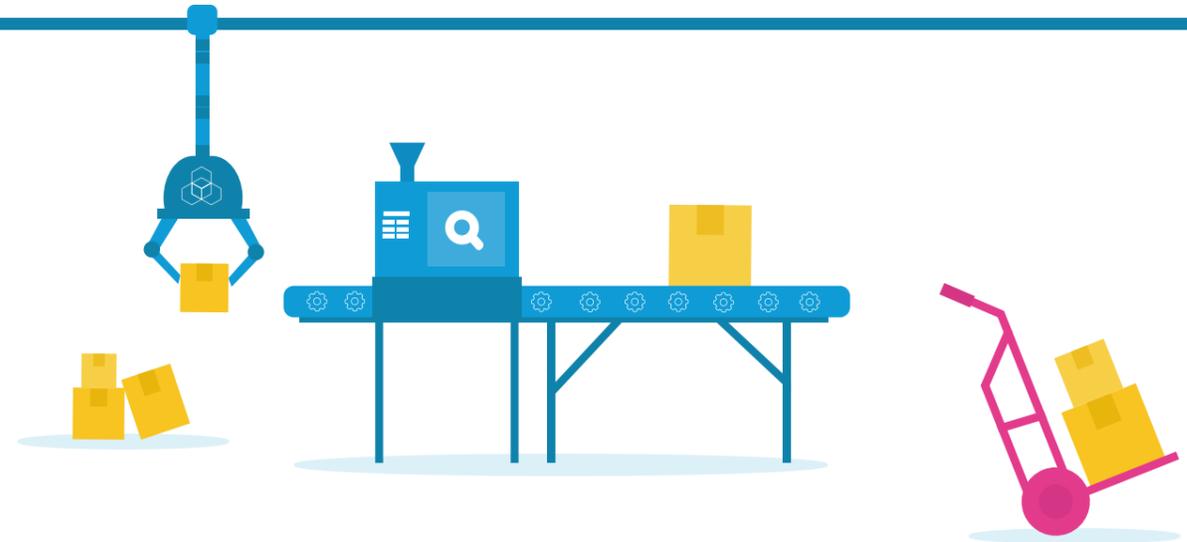
Google Search Ads 360 forma parte del Google marketing platform , que unifica los productos de publicidad y analítica de Google. Search Ads 360 era conocida anteriormente como DoubleClick. Es una plataforma para planificar, medir y crear anuncios de búsqueda en Google y otros motores como Bing, Yahoo Japón y Baidu.

Search Ads 360 es ideal para anunciantes que quieren anunciar a gran escala. Esto se debe a las funciones únicas que ofrece SA360 como pujas automáticas y gestión de inventario, así como hemos mencionado antes, gestionar anuncios para múltiples motores de búsqueda. Así los grandes anunciantes gestionan todo lo relacionado con sus anuncios de búsqueda en un solo sitio de forma más eficaz y con un interfaz familiar.

Si eres un retailer o un tour operador, puedes crear campañas de gestión de inventario en Search Ads 360, lo cual te permite crear anuncios para los 4 motores de búsqueda en función de tu inventario. Es ideal si tienes un inventario muy dinámico y quieres asegurarte de que tus anuncios estén actualizados constantemente.

RECOMENDADO PARA

SA360 es mucho más avanzado y complejo que Google Ads. Además, Google Marketing Platform es una plataforma de pago por lo que las empresas con más presupuesto y con un perfil más profesional son las más compatibles. Retailers y tour operadores se pueden beneficiar de las campañas de gestión de inventario así como de las pujas automáticas basadas en inteligencia de aprendizaje automático.



¿CÓMO UTILIZAR SEARCH ADS 360?

Search Ads 360 forma parte de Google Marketing Platform. Para poder utilizarlo necesitas contactar al equipo de [ventas de Google](#). Ellos te enseñarán cómo manejar Search Ads 360.



LAS CLAVES DEL ÉXITO

Para poder utilizar las campañas de gestión de inventario de Google en SA360, es necesario tener un feed de producto completo. Mientras los retailers pueden utilizar su feed de Google Shopping, las agencias de viajes necesitan tener un feed de datos coherente con información como tipo de habitación, fechas de vuelos, disponibilidad, etc.

Con la herramienta de gestión de feeds de Channable puedes generar el feed perfecto para SA360 en pocos minutos, por lo que puedes empezar a crear tus campañas el mismo día.

PARTE 6:

GOOGLE ANALYTICS

RECOMENDADO PARA

Google Analytics está disponible para todas aquellas personas que dispongan de un dominio web.

DEBES SABER

Google Analytics te ofrece una idea de cual es el comportamiento de los usuarios en tu página web para poder optimizar su experiencia. Google Analytics te indica el número de visitantes que tu web tiene en un periodo determinado, su actividad en tu página web, de donde han venido, cómo han abandonado la web, si han comprado algo, cuantas páginas web han visitado, etc.

Google Analytics no es una herramienta que te sirva para anunciar, pero puede ayudarte a optimizar tus anuncios. Teniendo más conocimiento sobre qué referencias generan tráfico en tu web y las tasas de conversión puedes hacer los ajustes necesarios en tus campañas.

+ TRACKING CODE

¿CÓMO UTILIZAR GOOGLE ANALYTICS?

Debes crear una cuenta gratuita vinculada a tu página web ('propiedad' según la terminología de Google). También necesitas añadir un tracking code o código de traqueo en tu página web para agrupar los datos, establecer objetivos y medir momentos importantes en la web como por ejemplo realizar una compra o pasar un tiempo determinado en la web. Puedes vincular tu Google Ads con tu analytics, para evaluar tu marketing de pago.

LAS CLAVES DEL ÉXITO

Al vincular analytics con Channable puedes saber el número de ventas generadas en cada uno de los canales. Además, puedes utilizar los datos de rendimiento de cada canal para realizar optimizaciones. Por ejemplo, quizás tus best sellers no sean los mismos en todos los países. Así, podrías escoger mandar solo los best sellers de cada país a los marketplaces correspondientes.



PARTE 7:

GOOGLE MANUFACTURER CENTER

RECOMENDADO PARA

Existen una serie de [requisitos hechos por Google](#) que permiten que solo los fabricantes adecuados utilicen Google manufacturer center. Solo los fabricantes con derechos de licencia para esa marca de productos y derechos para fabricar esos productos pueden utilizarlo.

DEBES SABER

Google Manufacturer Center es un espacio donde los fabricantes pueden proporcionar a Google datos e información específica sobre los productos que están vendiendo para informar mejor al consumidor.

La información que puede ser proporcionada incluye imágenes, títulos, descripciones o vídeos de Youtube. La información proporcionada en el Google Manufacturer Center enriquece el catálogo de productos de Google con el fin de mejorar la experiencia de compra del usuario.

¿CÓMO UTILIZAR GOOGLE MANUFACTURER CENTER?

Ahora puedes configurar tu propia cuenta de Google manufacturer center. Solo lleva unos minutos y te puedes registrar con una dirección de correo electrónico. Una vez que la cuenta está creada, solo tienes que cargar tu feed de datos de producto.

Luego debes revisar si el feed ha sido aprobado o necesita alguna modificación. Una vez que todos tus productos son aprobados, la información de tus productos ya estará disponible para ayudar a los compradores de Google Shopping.

FABRICANTE 



Channable puede utilizarse para mandar la información en el formato correcto y puedes controlar qué información se envía.



GOOGLE MANUFACTURER CENTER 

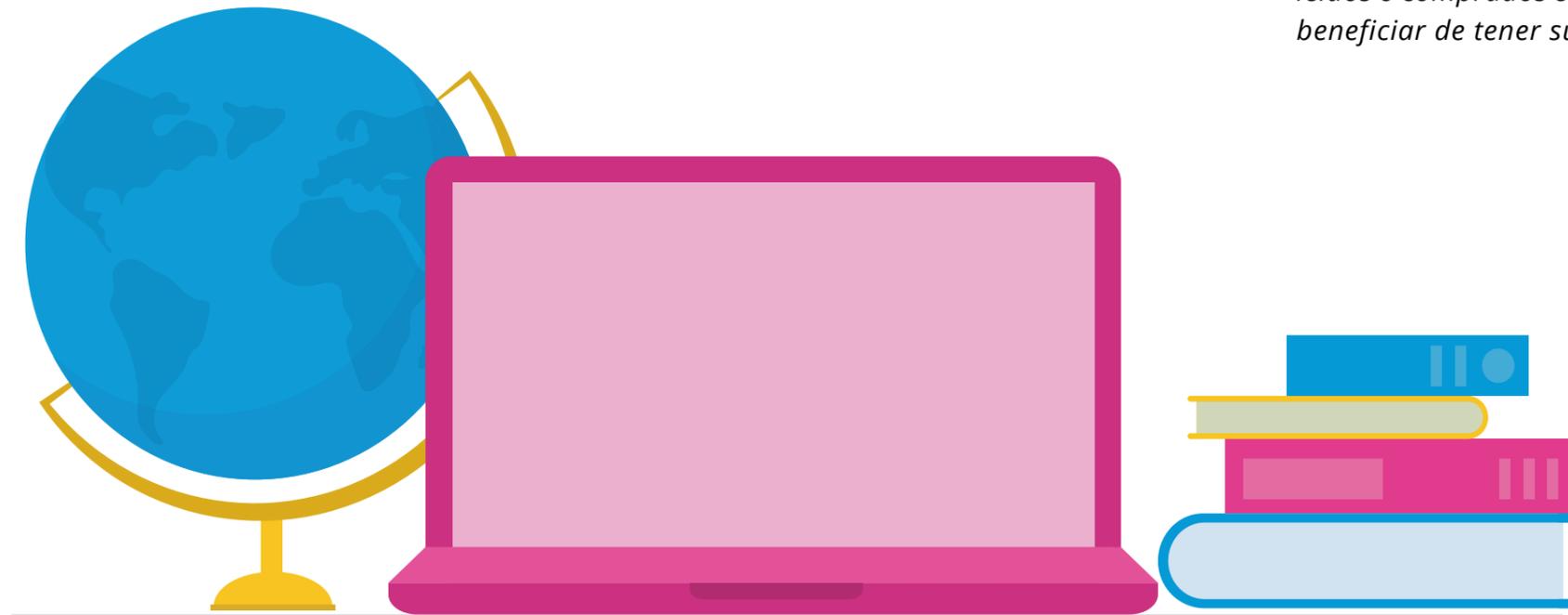


LAS CLAVES DEL ÉXITO

Importar el feed de datos de producto a Google manufacturer center suena sencillo pero puede que tu feed no cuente con el formato correcto. Utilizar Channable como herramienta de gestión de feeds puede ayudarte a que tus datos se manden en el formato correcto y puedes controlar qué información es enviada.

PARTE 8:

GOOGLE PLAY BOOKS



RECOMENDADO PARA

Cualquier vendedor de libros que quiera que sus libros sean leídos o comprados en la app de Google Play Books se puede beneficiar de tener su inventario en Google Play store.

DEBES SABER

Google Play Books es una app para e-readers donde los consumidores pueden comprar o leer eBooks. Los consumidores pueden buscar eBooks en Google Play. Si vendes libros y quieres que te encuentren en Google Play store necesitas tener tu inventario en Google Play Books.

¿CÓMO UTILIZAR GOOGLE PLAY BOOKS?

Para poder vender libros en Google Play, necesitas firmar el Google Books Partner Program. Desde ahí puedes gestionar tu catálogo de libros y preferencias de pago. También tienes que cargar un fichero con el contenido de los libros.

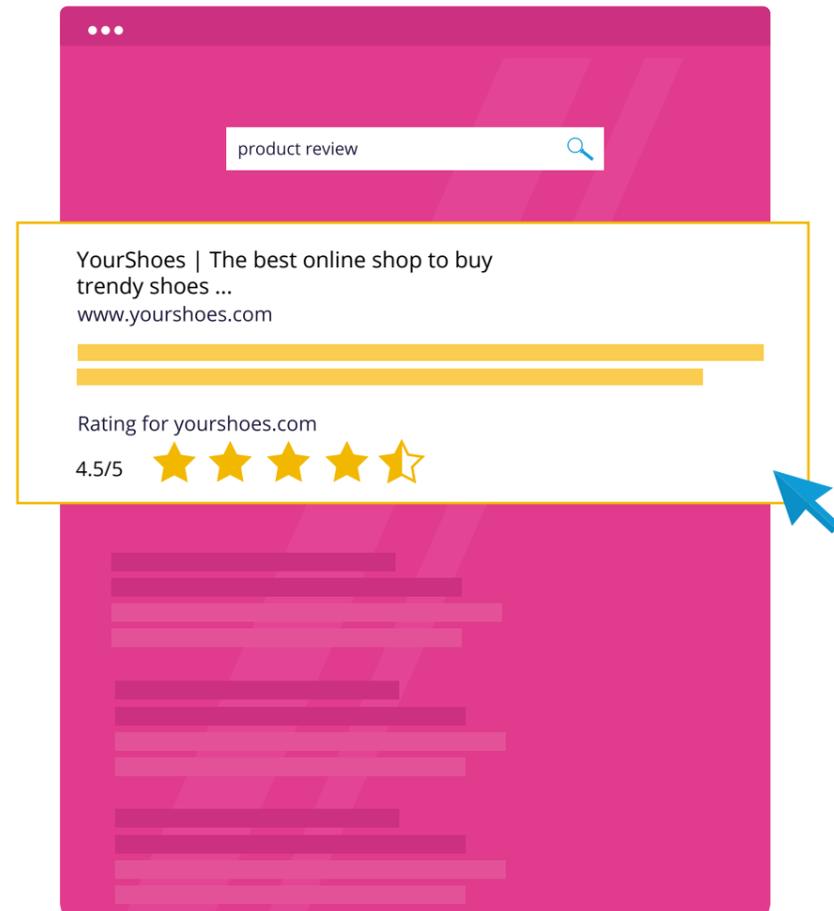
LAS CLAVES DEL ÉXITO

Para poder incluir los datos de tus libros puedes crear un archivo ONIX. Un fichero ONIX tiene un formato especial necesario para los metadatos de eBook y es similar a un archivo XML. Los metadatos son la información sobre el libro que es necesaria para anunciarlo, como precio, título y disponibilidad.

Channable puede ayudarte a crear fácilmente un archivo ONIX para Google Play utilizando los datos que ya tienes. Utiliza las reglas de Channable para generar información que no existe y crea el archivo perfecto para Google Play en tan solo unos minutos.

PARTE 9:

GOOGLE PRODUCT RATINGS



DEBES SABER

Google Products Ratings son las puntuaciones que se muestran de los productos en los anuncios de Shopping. Estas opiniones ayudan a otros compradores al proporcionarles experiencias sobre productos específicos.

Como las opiniones son sobre productos en concreto, estas valoraciones provienen de fuentes diferentes. También puedes importar las opiniones que tienes de tus productos para ayudar a futuros consumidores.

RECOMENDADO PARA

Si dispones de opiniones en tu página web puedes utilizarlas para crear un archivo para Google Product Ratings.

¿CÓMO UTILIZAR GOOGLE PRODUCT RATINGS?

Para poder incluir tus opiniones en Google necesitas completar un formulario llamado Product Ratings Interest Form. Debes ser capaz de proporcionar al menos 50 opiniones de producto para que Google sea capaz de importarlas.

Entonces puedes proporcionarle a Google un feed que contenga la información de las opiniones en el Google Merchant Center.



LAS CLAVES DEL ÉXITO

Para proporcionarle a Google las opiniones de tus productos necesitas un feed que contenga información como la valoración, el producto y la persona que ha opinado. Puedes utilizar Channable para crear el feed y mandar la información en el formato correcto.

CONTACTO

Si necesitas crear feeds perfectos para todos estos productos de Google, ponte en contacto con nosotros.

Nuestro equipo estará más que encantado de mostrarte la herramienta.

 +34 (0) 911 235 660

 SUPPORT@CHANNABLE.COM

+ 3000 EMPRESAS QUE CONFÍAN EN NOSOTROS.

+2500 CANALES DE EXPORTACIÓN PARA ELEGIR.

1 HERRAMIENTA DE MARKETING TODO EN UNO.



channable

Google