CAMPAÑAS EN GOOGLE SHOPPING

SKU: PH11B09C04

Horas	10
Nivel	MEDIO/AVANZADO

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.Saber el proceso de conexión de Google Merchant center con Google Adwords, y crear una campaña de Shopping para publicitar los artículos del feed.

6.Conocer todas las opciones posibles para configurar una campaña de Google Shopping.

7.Entender cómo funcionan los distintos tipos de prioridad de campañas en Google Shopping y saber cuándo usar cada uno.

8.Entender las distintas posibilidades de filtrar productos de un inventario.

9.Entender ambas formas de organización en una campaña de Shopping. Comprender las ventajas e inconvenientes de cada una.

10.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.

11.En Shopping las métricas de la competencia son más limitadas. Aprenderemos cómo interpretarlas y usarlas para la optimización de la campaña.

12.Aprender la creación y configuración de este nuevo tipo de campaña de Google Shopping y sus principales diferencias con las campañas tradicionales.

OBSERVACIONES

PROXIMAMENTE

DIRIGIDO A

Profesionales del área de marketing digital que quieran conocer en qué consisten las campañas de Google Shopping y las ventajas de esta, poniendo especial énfasis en SEM Managers Juniors y Técnicos de Marketing con conocimiento básico de Google Ads.

COMPETENCIAS

1.Comprender el ecosistema de Google Shopping, entendiendo en qué consisten estas campañas y conociendo cuáles son sus principales ventajas para los anunciantes.

2.Saber cuál es la mejor forma de configurar y estructurar las campañas, grupos de anuncio o grupos de producto para conseguir los objetivos de campaña. Comprender las principales diferencias de optimización respecto de las campañas de búsqueda.

CONTENIDO

Bloque 1. Conceptos básicos de Google Shopping.

1.¿Qué es Google Shopping?

2.Diferencias entre Shopping y la Red de Búsqueda.

3.Políticas de Google Shopping.

4.Feed datos > Merchant Center > Google Shopping.

Bloque 2. Estructura de Campañas de Google Shopping.

1.Crear tu primera campaña de Google Shopping.

2.Configuración.

3.Prioridad de las Campañas.

4.Filtros de inventario.

5.Grupos de anuncios y Grupos de productos.

6.Estrategias de puja en Shopping.

7.Comparativas con la competencia.

8.Smart Shopping Campaigns.