



GOOGLE MERCHANT CENTER

SKU: PH11B09C03

Horas [8](#)

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. Conocer la interfaz de Merchant Center con más detalle. Identificar las zonas usualmente más utilizadas: configuración, métodos de envío, acceso de usuarios.
6. Conocer las formas con las que se puede verificar un sitio web en Merchant Center.
7. Conocer el proceso de vinculación de Merchant Center con la cuenta de Google Adwords.
8. Existen diferentes formas de subir productos al Merchant Center. Aprenderemos las distintas opciones que nos da la plataforma.
9. Conocer la forma de solicitar una multicuenta de Merchant center y su utilidad para el comercio internacional.

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

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. Conocer en detalle cómo funciona la plataforma, cómo se conecta con el resto de herramientas que forman parte de Google Shopping, y saber cómo configurarla en función de los intereses del anunciante.

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. Google Merchant Center.

1. Configuración general.
2. Verificación y reclamación del sitio web.
3. Vincular con cuenta de Adwords.
4. Opciones de envío de productos.
5. Cuenta Merchant Multi Cliente.