



Crea y rentabiliza tus campañas de Google Shopping en 5pasos

Tácticas y consejos para crear tu feed, optimizarlo y parametrizar productos.

Streaming
Jueves 18.02.2021 | 13:00h



BARCELONA
TECH CITY

¿QUIÉNES SOMOS?

Un estudio, una casa



Sobre Nosotros

Más de **10 años** elevando a nuestros clientes a la diferenciación. Las empresas confían cada vez más en los **canales digitales** para aprender, interactuar y tomar decisiones de venta y compra, y es precisamente en la planificación de estos millones de interacciones útiles, donde Estudio34 destaca.

Nos comprometemos con el **éxito de nuestros empleados** para desarrollar sus habilidades, enriquecer su carrera y sentirse como en casa.

Así, conseguimos generar un **sentido de pertenencia** a la familia de Estudio34 que, a su vez, se extrapola a nuestros clientes gracias a la dedicación y espíritu de superación continuo que nos caracteriza.

SECRO
SENAW



01

INCONFORMISTAS DIGITALES

Una agencia referente del **marketing digital**, la publicidad online y la analítica web.

02

ESTRATEGIAS INNOVADORAS

Desafiamos continuamente el **status quo** para ofrecer estrategias de marketing digital claras, innovadoras y medibles.

03

ELEVAMOS A NUESTROS CLIENTES

Les diferenciamos con soluciones de **SEO, SEM, CRO y Analítica Web** que les permiten desafiar a sus competidores y fácilmente medir su ROI.

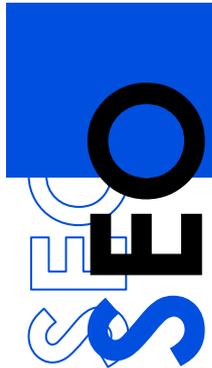
04

EQUIPO CREATIVO

Buscamos de manera continua la innovación a través de las **herramientas digitales y tecnológicas** emergentes.



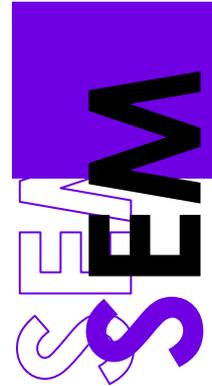
Marketing Digital 360°



- 01 Auditorías Técnicas
- 02 Análisis de palabras clave y competidores
- 03 Optimización Onsite
- 04 Link Building



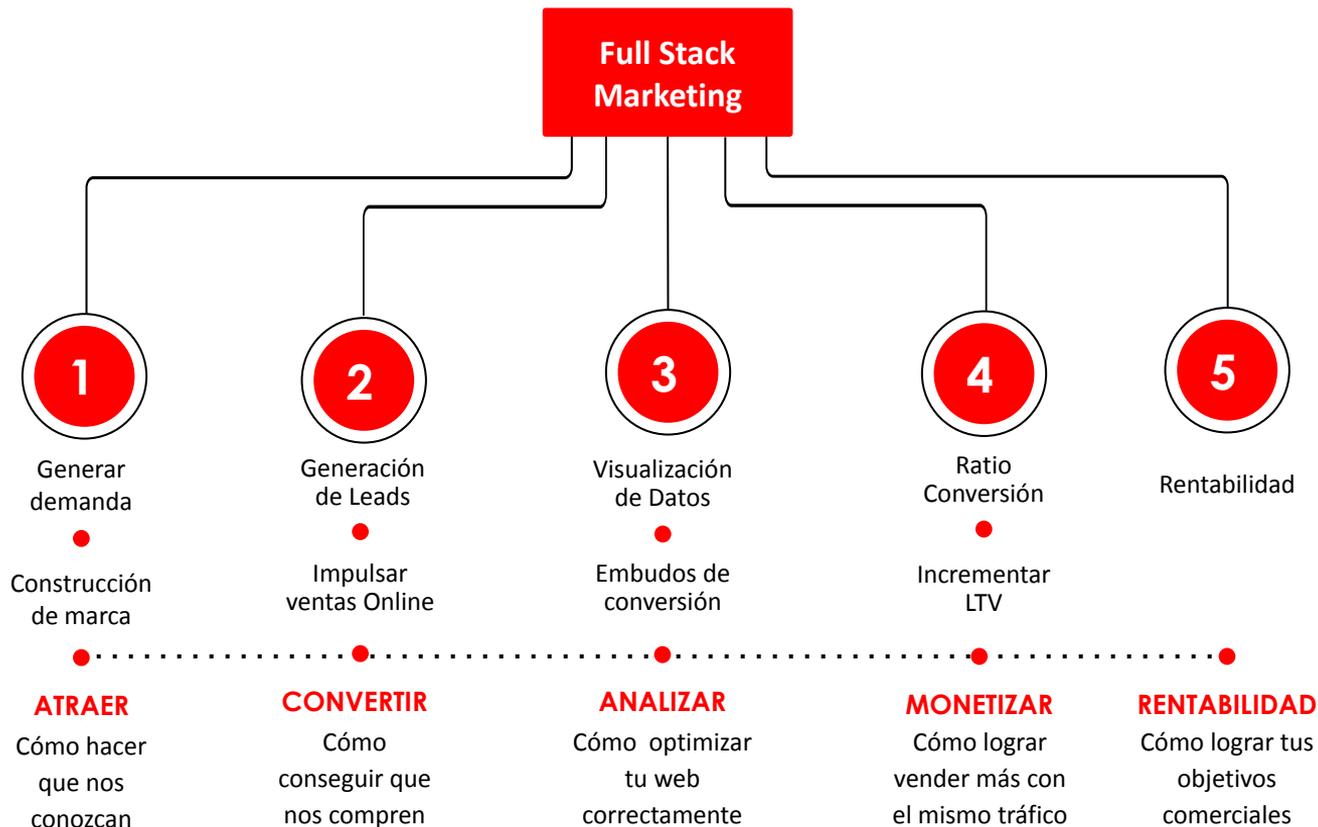
- 01 Análisis de Tráfico y Comportamiento
- 02 Auditoría de Usabilidad Web
- 03 Optimización Onsite
- 04 Testeando las propuestas: A/B test



- 01 Búsqueda
- 02 Display & Remarketing
- 03 Shopping
- 04 SMM
- 05 Adquisición Móvil



- 01 Búsqueda
- 02 Display & Remarketing
- 03 Shopping



El contexto actual está destacando la importancia para las empresas de ser visibles en el **escenario digital**. Ya no basta con la sola presencia, es momento de desarrollar estrategias que nos permitan **captar nuevos clientes** y convertir estos **impactos en resultados**.

El objetivo de esta charla es conocer al detalle **Google Shopping**, un gran aliado para campañas online y un escaparate de venta clave para cualquier ecommerce.

Asimismo, veremos

- Cómo **diseñar** un buen feed de datos
- Cómo **optimizarlo**
- Cómo **parametrizar** los productos que más nos interesa potenciar.

De esta manera descubriremos los pasos a tener en cuenta a la hora de crear y rentabilizar nuestras campañas.



01.

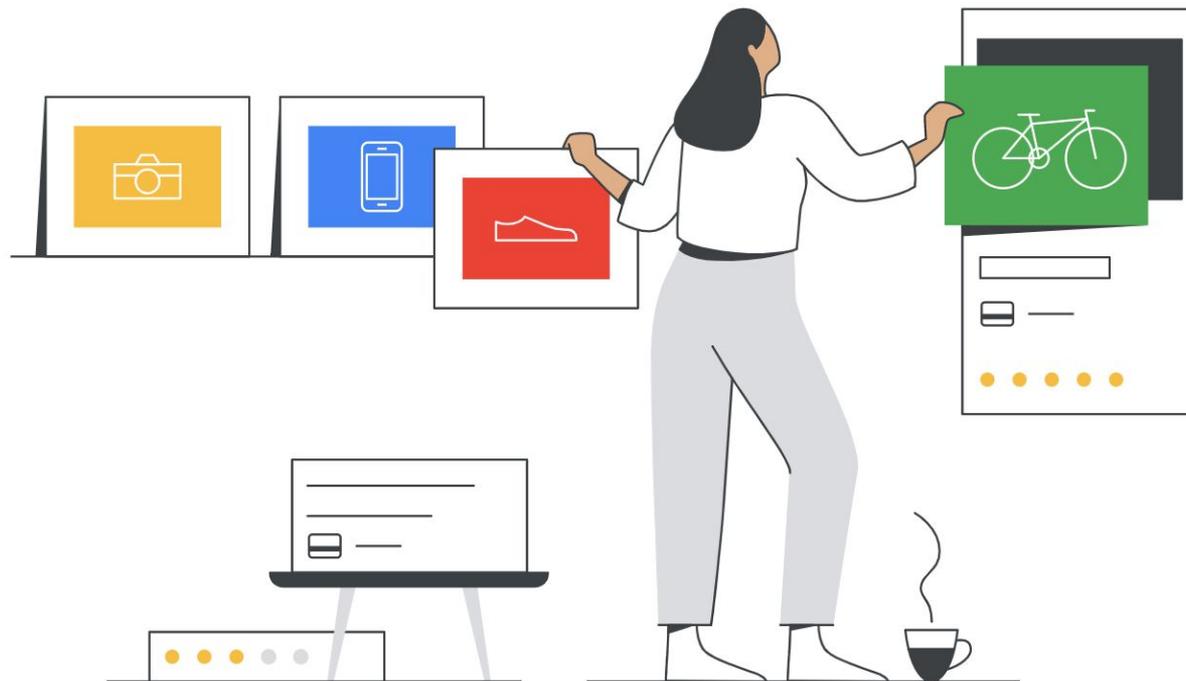


GOOGLE SHOPPING

1. GOOGLE SHOPPING

1.1. ¿QUÉ ES? | Definición sencilla

Google Shopping es el **escaparate online multidispositivo** que te permite adueñarte de la pantalla y puedas, así, diferenciar **tu marca** de las demás.



1. GOOGLE SHOPPING

1.1. ¿QUÉ ES? | Vemos una 'pequeña fracción' del total

En **EEUU** Google Shopping está mucho más desarrollado.

Incluso tiene una nueva integración que se llamaba **Google Express**.

Google Shopping

What are you looking for?



Electronics



US\$3,996.99 ~~US\$6,799.95~~
LG GX Series
OLED77GXPUA - 77"..."
★★★★☆ 2,412



US\$169.99 ~~US\$259.99~~
Microsoft Surface Dock 2
- Dock for Surface Book
★★★★☆ 179



US\$379.99 ~~US\$699.99~~
Nokia 8.3 5G TA-1243
128GB Dual SIM GSM...
★★★★☆ 80



US\$699.99 ~~US\$999.99~~
Sony a6000 ILCE-6000Y
24.3 MP Mirrorless Digita...
★★★★☆ 9,478

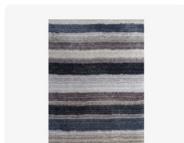


US\$140.99 ~~US\$229.99~~
Samsung Book Cover EF-
DT970 POGO pin...
★★★★☆ 224



US\$319.99 ~~US\$369.99~~
Samsung U32J590UQN
32-Inch 4K UltraHD LED...
★★★★☆ 1,048

Home Decor



1. GOOGLE SHOPPING

1.1. ¿QUÉ ES? | Vemos una 'pequeña fracción' del total

Tiene su propia **gestión de carrito y pago.**

¡Amazon abróchate el cinturón! Porque hablamos de:

- Filtros avanzados
- Necesidad de Google Pay

The screenshot shows the Google Shopping interface for the search term "levi jeans". The search bar at the top contains "levi jeans" and a red arrow points to the shopping cart icon in the top right corner. On the left, a sidebar contains various filters, with a red box highlighting the "Show only" section. The "Show only" section includes the following options:

- Show only**
- Buy on Google
- Price**
- Up to \$40
- \$40 - \$60
- Over \$60
- \$ _____ to \$ _____ GO
- Color**
-
-
- Style** CLEAR
- Jeans
- Leggings
- Brand** CLEAR
- Levi's
- RE/DONE
- Department**

The main search results display four items:

- Item 1:** Levi's 505 Regular Fit Men's Jeans - Tumbled Rigid 30x34. Price: \$29.98. Rating: 4.3 stars (8,252 reviews). A red arrow points to the shopping cart icon.
- Item 2:** Levi's 505 Regular Fit Men's Jeans - Tumbled Rigid 34x36. Price: \$29.98. Rating: 4.3 stars (8,252 reviews).
- Item 3:** Levi's 724 High Rise Straight Women's Jeans - Cast Shadows. Price: \$69.50. Rating: 4.3 stars (212 reviews).
- Item 4:** Levi's 724 High Rise Straight Women's Jeans - Cast Shadows. Price: \$69.50. Rating: 4.3 stars (212 reviews).

1. GOOGLE SHOPPING

1.1. ¿QUÉ ES? | Vemos una 'pequeña fracción' del total

1- Añadir a carrito

2- Obviamente se necesita una cuenta de Google

Google Shopping

Search Google Shopping

Basket

Product	Price	Rating	Delivery	Action
Burberry Classic 3.4 Ed...	US\$27.07	★★★★★ 7753	6-9 days	Add to basket
Flora by Gucci Eau De P...	US\$69.99	★★★★★ 2977	2-8 days	Add to basket
Tom Ford Lip Color Rou...	US\$34.65	★★★★★ 1702	1-7 days	Add to basket
Tom Ford Lip Color '08 F...	US\$34.65	★★★★★ 9673	1-7 days	Add to basket
Versace Bright Crystal 5...	US\$5.06	★★★★★ 8422	6-9 days	Add to basket

1. GOOGLE SHOPPING

1.2. EE.UU | Gran evolución

Este **escaparate online multidispositivo** ha evolucionado mucho en EE.UU pero seguimos bastante atrás en EU.

No obstante:

- Resultados universales con scroll
- Resultados laterales

Google

iphone 8

Todo Shopping Imágenes Vídeos Noticias Más Configuración Herramientas

Aproximadamente 4.060.000.000 resultados (0,73 segundos)

Anuncios - Ver iphone 8

Productos Sitios De Comparación

Producto	Precio	Estado	Proveedor
iPhone 8 64 Gb - Gris...	170,00 €	Renovado	Back Market De Google
iPhone 8 64 Gb - Plata ...	170,00 €	Renovado	Back Market De Google
iPhone 8 64 Gb - Oro ...	195,00 €	Renovado	Back Market De Google
iPhone X 64 Gb - Gris...	337,00 €	Renovado	Back Market De Google
iPhone 8 256 Gb - ...	273,00 €	Renovado	Back Market De Google

Anuncio · www.backmarket.es/ ▼

iPhone 8 reacondicionado | Back Market - BackMarket.es

Con 2 años de Garantía. Financia tu compra. Entregado en 72h. Envío Gratis
Color Gris Espacial · Color Oro · Otros modelos iPhone
Oferta: 70% de descuento en tu iPhone

www.apple.com › shop › product › iPhone-8-de-64-G... ▼

iPhone 8 de 64 GB reacondicionado - Plata (Libre) - Apple (ES)

Compra un iPhone 8 reacondicionado de 64 GB en plata. Todos los iPhone reacondicionados están certificados por Apple e incluyen un año de garantía.

Apple iPhone 8
★★★★★ 18.541 reseñas

Detalles Reseñas Tiendas

Anuncios · Comprar ahora

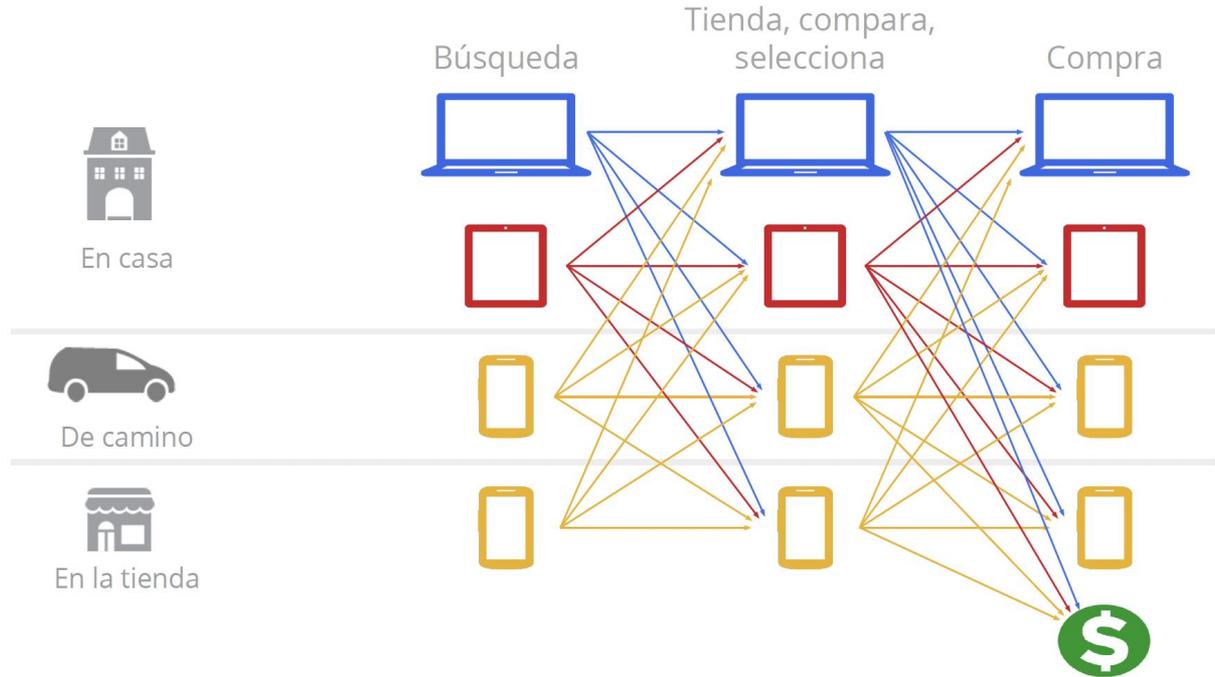
- 170,00 € · Back Market · De Google
iPhone 8 64 Gb - Gris Espacial - Reacondicionado
Renovado, envío gratuito
- 203,90 € · Certideal.es · De Google
iPhone 8 - 64 gb - gris
Renovado, envío gratuito
- 899,00 € · Fnac · De Google
Apple Iphone 8 64gb Plata
- 219,00 € · MacServiceBcn - Servicio... · De Google
iPhone 8 de segunda mano

1. GOOGLE SHOPPING

1.3. MULTIDISPOSITIVO

El **customer journey** de una compra es cada vez más compleja.

Todos hemos hecho lo que vemos a continuación.



02-



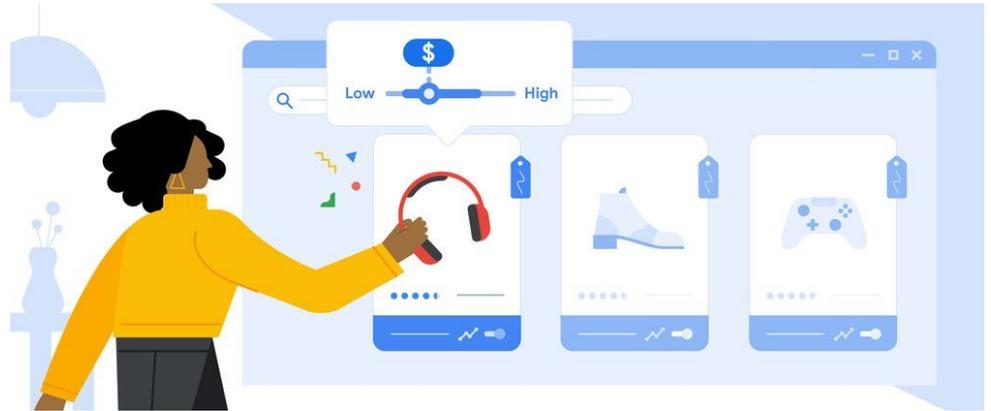
**¿POR QUÉ Y
PARA QUIÉN?**

2. ¿POR QUÉ Y PARA QUIÉN?

2.1. MINORISTAS

Los minoristas deben encontrar maneras para **mantenerse competitivos** en este mundo multidispositivo:

- 1- Aumentar ingresos
- 2- Aumentar tráfico - online y físico
- 3- Mantener márgenes
- 4- Conseguir lealtad



2. ¿POR QUÉ Y PARA QUIÉN?

2.2. EL RENDIMIENTO BÚSQUEDA VS SHOPPING



Mejor rendimiento que las campañas de búsqueda

- 2x el CTR que un anuncio de texto en la misma posición, para una búsqueda
- Muchas veces se muestran para búsquedas en las que sino no aparecerían (long tail)
- Control de puja por producto, categoría, marca, etc.
- Evitamos efecto cotilla
- 20% menos CPA
- Remarketing dinámico



Informes avanzados

- Datos de rendimiento por atributos del producto (Marca, Categoría, etc.)
- Y por productos concretos (Product ID)



Datos sobre el sector en general (competencia)

- Comparativa de CTR y CPC máx. del sector
- Porcentaje de impresiones perdidas
- Simulador de pujas

2. ¿POR QUÉ Y PARA QUIÉN?

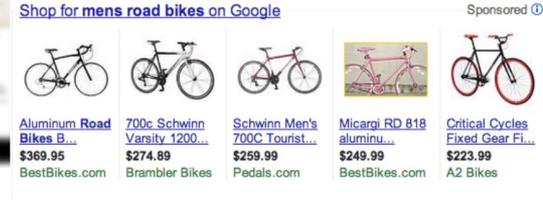
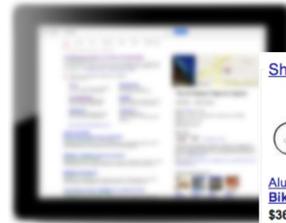
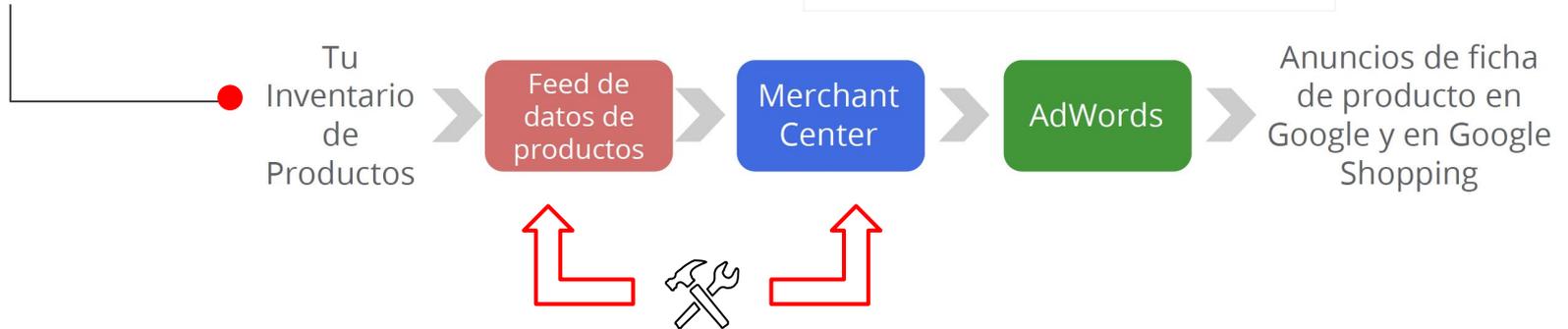
2.2. EL RENDIMIENTO BÚSQUEDA VS SHOPPING | Lo que no te cuenta Google

- 1- Cabe la posibilidad de **que no sea rentable**.
- 2- La **tasa de conversión** en muchos casos puede ser baja.
- 3- Muy importante **ser competitivos en precio**. Si no lo somos, no es nuestro canal...
- 4- Trabajar muy bien **los atributos de los productos** para darle información al sistema y posicionarnos por mayor volumen de búsquedas. Si no tenemos los **productos optimizados** no conseguiremos volumen...
- 5- **Smart shopping**: caja negra y perdemos absolutamente el control.
- 6- Importante estructurar las campañas/productos en función de **objetivos de rentabilidad** para maximizar volúmenes.
- 7- Un error común es tener todo en una misma campaña con un objetivo de ROAS único (sin tener en cuenta las **peculiaridades a nivel de rentabilidad de cada producto**).

2. ¿POR QUÉ Y PARA QUIÉN?

2.3. ¿CÓMO SE HACEN LAS CAMPAÑAS?

Hay un **punto de mejora constante** que no se potencia



2. ¿POR QUÉ Y PARA QUIÉN?

2.4. CONFIGURACIONES

- Implementa **Tracking eCommerce** mejorado.
- Emplea **etiquetas personalizadas** (ahora hablamos de esto...).
- Emplea tus conocimientos sobre el mercado y tu negocio y **define una buena estrategia** para tus campañas.
- Optimiza tu **feed de datos** (también hablaremos en detalle de cómo...).

Product ?	Product List Views ?	Product Detail Views ?	Product Adds ?	Product Removes ?	Product Checkouts ?	Unique Purchases ? ↓	Cart-to-Detail Rate ?	Buy-to-Detail Rate ?
	3,468,856 % of Total: 100.00% (3,468,856)	106,686 % of Total: 100.00% (106,686)	597 % of Total: 100.00% (597)	0 % of Total: 0.00% (0)	14,055 % of Total: 100.00% (14,055)	1,127 % of Total: 100.00% (1,127)	0.56% Site Avg: 0.56% (0.00%)	1.06% Site Avg: 1.06% (0.00%)
1. Fiji Pens - Pack								
2. Malibu Sunglas								
3. Pen-Buddy Not								
4. 22 oz. Mini Mo								
5. The 'Original' BI								

Cuáles son los productos más vendidos?

Cuáles son los productos más abandonados en el carrito?

Cuáles son los productos que más convierten?

2. ¿POR QUÉ Y PARA QUIÉN?

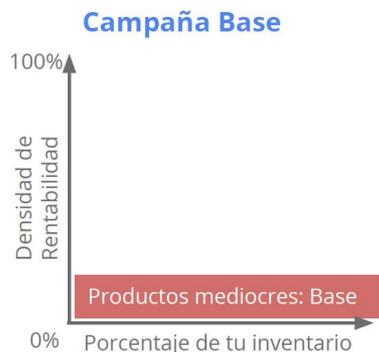
2.5. TÁCTICAS | ESTRUCTURAS DE CAMPAÑAS



No puedes depender solamente de una campaña de shopping (algo muy común entre muchos ecommerce).

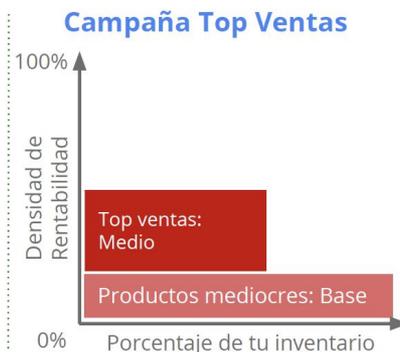


¡OJO! que falta una muy importante que debemos probar.



¿Por qué?

Muestra todo tu inventario a compradores interesados. Usa esta campaña como un test para ir optimizando las demás campañas de shopping a lo largo del año



¿Por qué?

Maximiza el retorno generado por tus productos top ventas. Te permite medirlos y controlarlos con mayor precisión.



¿Por qué?

Separa tus productos estacionales para programar campañas con anterioridad. Puedes así alinear pujas a mayor volumen de búsquedas, ajustar presupuestos para productos críticos para cada festividad, y también te facilita el análisis y creación de informes a posteriori

2. ¿POR QUÉ Y PARA QUIÉN?

2.5. TÁCTICAS | TIPOS DE CAMPAÑAS

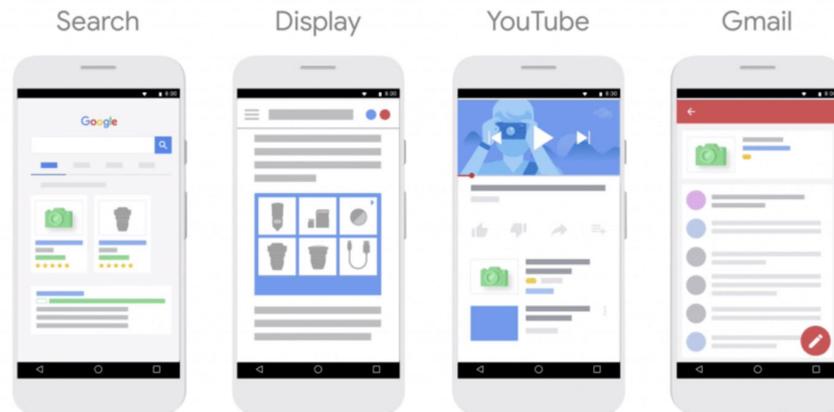
Smart Shopping

- Lo habíamos catalogado como algo negativo, no obstante, es algo a probar que **nos ha dado algunos frutos.**
- Muy **útiles para maximizar el valor de conversión** (cómo proponemos una primera prueba).
- Empezar con pocos productos **usando etiquetas para filtrarlos.**
- Que sean productos de **rangos similares de precios.**



[Video de Google de cómo montar estas campañas](#)

Smart Shopping campaigns



2. ¿POR QUÉ Y PARA QUIÉN?

2.6. TÁCTICAS | OPTIMIZAR TU FEED

- **Reglas** en tu feed.
- Muy útil para **mejorar atributos**.



[Video explicativo:](#)

¿cómo usar reglas para rellenar tu descripción de producto?

Google Merchant Center

Procesamiento Configuración **Reglas de feed**

Las reglas de feed te permiten cambiar los datos de tus productos para cumplir los requisitos de Merchant Center. [Ocultar ejemplos](#)

Configura tus fuentes de datos para que sepamos dónde encontrar los datos de un atributo determinado. Por ejemplo:

- Establecer `mi_primer_feed.title [título] + " " + marca` para rellenar tu atributo `title [título]`
- Establecer `mi_feed_complementario.grupo_edad` para rellenar tu atributo `grupo_edad`
- Extraer ["rojo", "azul", "negro"] de `mi_primer_feed.title [título]` para rellenar tu atributo `color`

Añade una regla de feed para cambiar los datos de un atributo determinado. Por ejemplo:

- **Buscar y reemplazar** "Zapatos" por "Zapatos de tacón"
- **Cambio** "Vintage" por "Usado"

[Más información](#)



2. ¿POR QUÉ Y PARA QUIÉN?

2.6. TÁCTICAS | OPTIMIZAR TU FEED

Google Merchant Center

Productos > Feeds >



Visión general

Productos

Diagnóstico

Todos los productos

Feeds

Rendimiento

Crecimiento

enlace

Establecer como: `enlace + '?utm_source=google&utm_medium=organic&utm_campaign=shopping'`

Si **enlace** aún no tiene ningún valor > Aplicar la regla predeterminada: Coger de: **Productos Out** y 2 más

etiqueta personalizada 3

Si **precio** es menor que 5 >

Establecer como: '<5'

Si **etiqueta personalizada 3** aún no tiene ningún valor Y

Si **precio** está dentro del intervalo [5 : 15] >

Establecer como: '5-15'

Si **etiqueta personalizada 3** aún no tiene ningún valor Y

Si **precio** está dentro del intervalo [15 : 25] >

Establecer como: '15-25'

Si **etiqueta personalizada 3** aún no tiene ningún valor Y

Si **precio** está dentro del intervalo [39 : 60] >

Establecer como: '39-55'



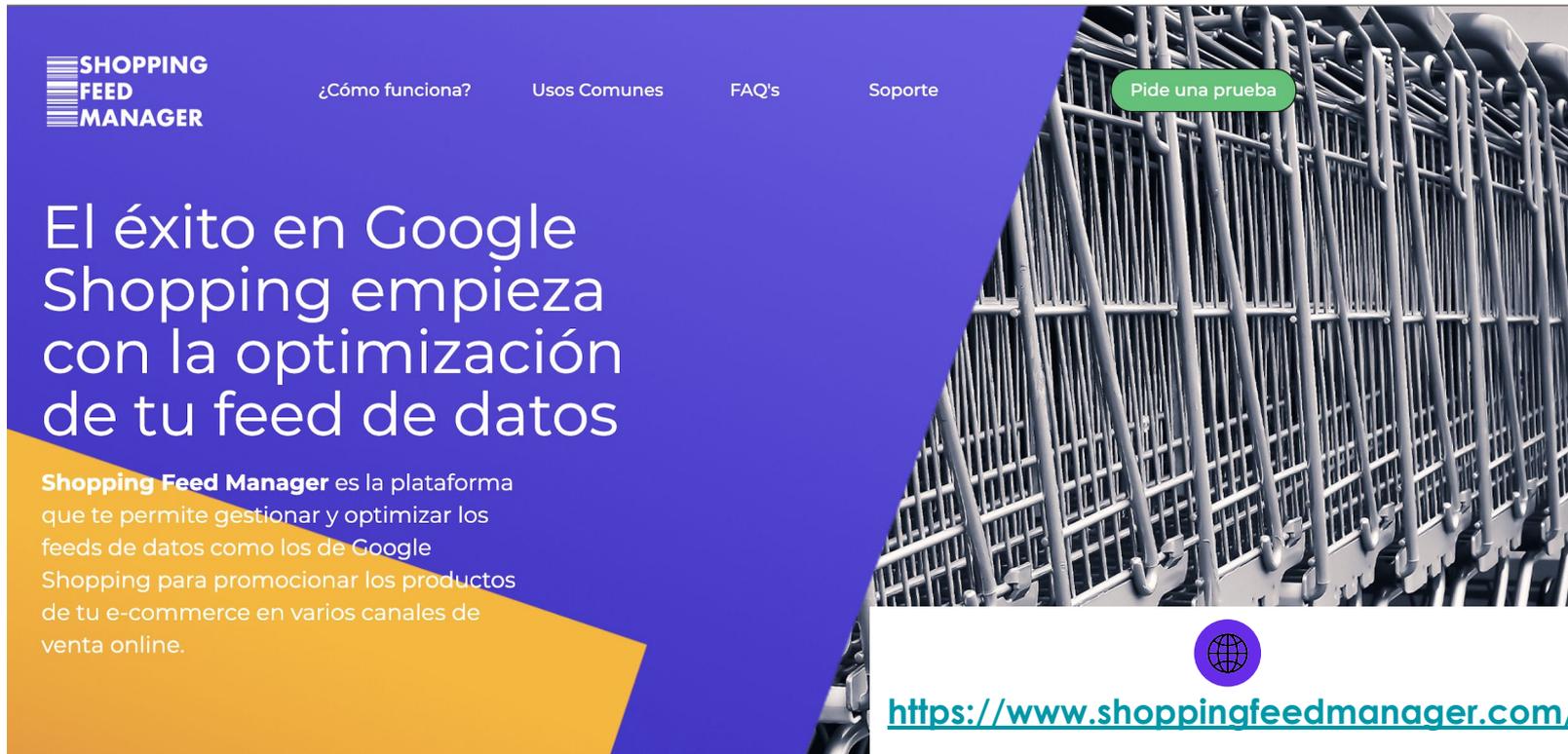
03-



SHOPPING FEED MANAGER

03. GOOGLE SHOPPING

03.1. SHOPPING FEED MANAGER | HERRAMIENTA DE ESTUDIO34



**SHOPPING
FEED
MANAGER**

¿Cómo funciona? Usos Comunes FAQ's Soporte

Pide una prueba

El éxito en Google Shopping empieza con la optimización de tu feed de datos

Shopping Feed Manager es la plataforma que te permite gestionar y optimizar los feeds de datos como los de Google Shopping para promocionar los productos de tu e-commerce en varios canales de venta online.

<https://www.shoppingfeedmanager.com/>



03. GOOGLE SHOPPING

03.1. SHOPPING FEED MANAGER | HERRAMIENTA DE ESTUDIO34



Welcome, Noelia - [Logout](#)

- PROJECTS LIST
- ADD NEW PROJECT
- ARCHIVE
- ARCHIVED INSTANCES

Proyecto Test

Instances [ADD NEW](#)

Original Feed Url:
https://.../feeds/xli-googleshopping.xml

Sync Status:  [SYNC NOW](#)

Last sync at 27/11/2020, 09:40:29
Next sync at 27/11/2020, 15:00:00

Feed Instance Name	Date Created	Details	Status	Actions
Instancia de prueba	27/11/2020, 14:28:33	2633 Rows Published 0 Rows Added 0 Rows Deleted		PUBLISH

03. GOOGLE SHOPPING

03.1. SHOPPING FEED MANAGER | HERRAMIENTA DE ESTUDIO34

SHOPPING FEED MANAGER

Welcome, Noelia - Logout

- PROJECTS LIST
- ADD NEW PROJECT
- ARCHIVE
- PROJECT OVERVIEW

Proyecto Test [Go to project overview](#)

More Actions

- Filters & Batch Options
- Show Title Length Column
- Add New Column(s)
- Remove a Column
- Add New Title Columns (x2)
- Add Title to Description if Empty

Feed Instance: Instancia de prueba [PUBLISH](#)

2633 Feed Items, 100 fetched, 0 selected

Visibility	Status	Sku	Title	Description	Link	Image link
<input type="checkbox"/>		filtered				

03. GOOGLE SHOPPING

03.1. SHOPPING FEED MANAGER | HERRAMIENTA DE ESTUDIO34

SHOPPING FEED MANAGER

Welcome, Noelia - [Logout](#)

- PROJECTS LIST
- ADD NEW PROJECT
- ARCHIVE
- PROJECT OVERVIEW
- COLLAPSE

Proyecto Test [Go to project overview](#)

More Actions

Feed Instance: Instancia de prueba [PUBLISH](#)

2633 Feed items, 10 fetched, 0 selected

Status	Sku <i>filtered</i>	Title	Description	Link
		Botin mujer Xti tentations 03091001	Botin mujer Xti tentations 03091001	



03. GOOGLE SHOPPING

03.1. SHOPPING FEED MANAGER | HERRAMIENTA DE ESTUDIO34

PLATAFORMAS COMPATIBLES

Google
Shopping

facebook

amazon

Bing ads

ebay

Una plataforma
construida para cumplir
con tus necesidades.

Puedes crear varias copias a partir de un feed para cada uno de los canales de venta online y arreglar errores de Google Merchant o añadir atributos para otros marketplaces.

TE INVITAMOS A PROBARLA



04-



CONCLUSIONES

01

CREAR TU INVENTARIO

Feed de datos

02

TENER TRACKING DE ECOMMERCE

Google Analytics

03

HACER USO DE ETIQUETAS PERSONALIZADAS

Importante distinguir los productos

04

DEFINIR UNA ESTRATEGIA DE CAMPAÑAS

De diferentes tipos y según tus necesidades

05

OPTIMIZAR TU FEED DE DATOS

Ya sea con reglas de Google Merchant o con herramientas de terceros como SFM





¿PREGUNTAS?

Web

www.estudio34.com

MAIL

ugo@estudio34.com

info@estudio34.com

Teléfono

(+34) 93 393 91 34

¡Síguenos!

