

GOOGLE

wymaga numeru GTIN



Jeśli planujesz ekspansję swojego e-sklepu do Google Shopping, weź pod uwagę istotne wymagania, które Google nakłada na swoich klientów.

Od dnia 14 lutego 2017 r. polskich sprzedawców online obowiązują nowe regulacje – produkty sprzedawane przez Google Shopping muszą być oznakowane numerem GTIN (kodem EAN). Niezastosowanie się do tych zaleceń skutkuje automatycznym odrzuceniem oferty z listingu.

Ponad 98%* polskich internautów korzysta z wyszukiwarki Google. Sprzedawcy powinni wziąć to pod uwagę, handlując przez e-commerce. Odpowiednio dopasowana do Google oferta łatwiej dotrze do osób nią zainteresowanych.

*grudzień 2018 r. źródło: <http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

Dowiedz się więcej u źródła – Google:

<https://support.google.com/merchants/answer/7000570?hl=pl>

https://support.google.com/google-ads/answer/7052112?hl=pl&ref_topic=6087911

Czym jest Google Shopping?

Zakupy Google (Google Shopping) to katalog produktów pochodzących z różnych sklepów internetowych. Jest to płatna usługa Google, za pomocą której sklepy internetowe promują swoje konkretne produkty. Stanowi ona reklamę, bezpośrednią ofertę produktu oraz pozycję w porównywarce Google. Produkty z tą usługą wyświetlają się w formie kafelków w wynikach wyszukiwania powyżej standardowych pozycji tekstowych. Prezentują one zdjęcie produktu, nazwę, cenę, domenę sklepu i posiadają link do oferty.



Rys.1. Schemat wyników wyszukiwania Google.



Czym jest numer GTIN (kod EAN) i dlaczego jest potrzebny w Google?

EAN - 13



GTIN - 13

5 901234 560009 >

GTIN (Global Trade Item Number = Globalny Numer Jednostki Handlowej) jest to unikalny w skali całego świata numer identyfikacyjny produktów i usług podlegających wycenie, zamawianiu i/lub fakturowaniu. Jest on podstawowym identyfikatorem dla systemów gromadzących i wykorzystujących dane o towarach. Numer ten identyfikuje produkt w sposób jednoznaczny. Oznacza to, że tylko jednemu produktowi na świecie odpowiada tylko jeden numer, i odwrotnie - jeden numer GTIN jest przypisany tylko do jednego produktu. Wykorzystanie numeru GTIN znacząco zwiększa tempo przepływu informacji o towarach - wpływa m.in. na uporządkowanie danych o stanach magazynowych, usprawnienie procesów logistycznych, szybszy proces kupna-sprzedaży w sklepach detalicznych poprzez skanowanie kodu EAN (graficznego odzwierciedlenia cyfrowego GTIN). **Co o GTIN mówi Google:** <https://support.google.com/merchants/answer/6324461>

Badania Google wykazują, jak istotną rolę w skuteczności reklam odgrywają dane produktowe wzbogacone o numer GTIN.

Dzięki niemu robot Google lepiej rozpoznaje produkty, czego konsekwencją jest:

- łatwiejsze wyszukanie pożądanego przez klienta towaru,
- trafniejsze dopasowanie reklam do preferencji internautów.



CTR (click through rate) - stosunek liczby kliknięć do liczby wyświetleń wyrażony w procentach.

Współczynnik konwersji - stosunek liczby osób, które wykonały pożądaną przez właściciela strony czynność do liczby osób, które odwiedziły tę stronę.

Mierzalne dane:

- **wzrost współczynnika konwersji strony o 20% dzięki** numerowi GTIN (kod EAN) - właściwe reklamy docierają do konsumentów zainteresowanych danym produktem,

<https://support.google.com/merchants/answer/6352134>

- **wzrost współczynnika klikalności oferty** o 40% - przypisanie do oferty numeru GTIN pozwala na powiązanie jej z katalogiem produktów Google Shopping i zwiększenie ilości kliknięć przez potencjalnych klientów.

<https://commerce.googleblog.com/2015/09/reach-more-customers-online-add-gtins.html>

Inne zalety:

- łatwiejsze zarządzanie produktem w Zakupach Google – za sprawą wykorzystania atrybutów w pliku feed (a nie słów kluczowych tak jak w reklamach tekstowych) oferty lepiej się dopasowują do powiązanych tematycznie wyników wyszukiwania,
- wiele ścieżek dojścia do klienta – produkt zidentyfikowany numerem GTIN dostarcza wyszukiwarce informacje o swoich unikalnych cechach. Dzięki temu niezależnie z użyciem jakiej frazy klient będzie szukał produktu (np. wełniana narzuta / koc z wełny / kapa z merynosów / pled z owcy), Google zaproponuje mu tę właściwą.



Skąd wziąć GTIN?

Jeśli sprzedajesz produkty cudzej marki, sprawdź, czy produkt został już oznaczony numerem GTIN. Znajdziesz go bezpośrednio pod kodem kreskowym (EAN), jest to ciąg znaków numerycznych. W przypadku problemów z jego odszukaniem, skontaktuj się z producentem i poproś o jego podanie.

Jeśli to Ty jesteś producentem i jak dotąd nie znakowałeś/-aś swoich towarów, a zamierzasz sprzedawać je przez Zakupy Google, musisz oznakować je numerami GTIN*. Numery te nadaje organizacja GS1. Więcej informacji znajdziesz pod adresem: <https://gs1pl.org/zamow-kod-kreskowy>

Numery GTIN od GS1:

- wiarygodne źródło (certyfikat autentyczności numerów),
- prosta i szybka rejestracja w systemie („MojeGS1” - platforma online),
- nadawanie i zarządzanie numerami GTIN online (narzędzie „MojeGS1” przyspiesza i ułatwia pracę z kodami oraz umożliwia tworzenie ogólnodostępnej bazy danych o produktach w sieci),
- szkolenia online (dostęp do materiałów szkoleniowych i interaktywnych webinarów),
- wsparcie dzięki telefonicznemu i mailowemu HelpDesk,
- wiele możliwości wykorzystania numerów GTIN (np. platformy handlowe tj. Amazon, Google Shopping, eBay, Allegro).

Jak dostarczyć GTIN do Google?

Aby wdrożyć swoje produkty do Google Shopping, należy najpierw zintegrować panel sklepu internetowego z Google Merchant Center. Aby kampania produktowa Google Shopping wystartowała, należy uzupełnić plik tzw. feed (w formacie XML), o wymagane dane. Wprowadza się go do panelu Google Merchant Center (GMC - służy do przechowywania danych o sklepie i produktach i zarządzania nimi).









*Wyjątki

Niektóre rodzaje produktów nie wymagają opisanego numerem GTIN. Zamiast niego wskazane jest podanie szczegółowych atrybutów, w tym nazwy marki i numeru MPN - więcej tutaj:

<https://support.google.com/merchants/answer/160161?hl=pl>.

Zalicza się do nich:

-  produkty sprzedawane pod marką własną sklepu,
-  części zamienne,
-  części producenta oryginalnego sprzętu bądź zamienniki części producenta oryginalnego sprzętu,
-  produkty wykonywane na zamówienie (np. T-shirty, rękodzieło, dzieła sztuki),
-  antyki i zabytki,
-  książki wydane przed zatwierdzeniem w roku 1970 numeru ISBN,
-  produkty sprzedawane w przedsprzedaży