

# HELP CENTER

# ABOUT PRESTASHOP MARKETING WITH GOOGLE

PrestaShop Marketing ułatwia połączenie Twojego sklepu z Google i promowanie Twoich produktów wśród milionów kupujących korzystających z licznych kanałów Google. Twórz kampanie Performance Max bez opuszczania panelu zarządzania PrestaShop i zwiększaj ruch w Twoim sklepie.

Kiedy już pobierzesz PrestaShop Marketing with Google, połączenie sklepu z Google i korzystanie z wyświetlania bezpłatnych informacji o produkcie oraz z płatnych reklam będzie bardzo proste. Możesz ustalać budżet, wyświetlać zatwierdzone produkty, tworzyć kampanie i śledzić wyniki – wszystko to bez opuszczania back office Twojego konta PrestaShop.

## Podłącz swój sklep do Google Merchant Center

Połączenie Twojego sklepu z [Google Merchant Center](#) pozwoli na pobranie danych o sklepie oraz o produktach przez Google. Twoje produkty będą automatycznie synchronizowane, dzięki czemu dane pobierane do wyświetlania bezpłatnych informacji o produkcie, Google Ads czy innych programów Google będą zawsze aktualne.

Możesz utworzyć nowe [konto Google Merchant Center](#) lub skorzystać z już istniejącego. Pamiętaj, że aby podłączyć swój sklep, musisz spełniać [wymogi kwalifikacji Merchant Center](#).

## Dotrzyj do kupujących online dzięki wyświetlaniu bezpłatnych informacji o produkcie

Wyświetlanie bezpłatnych informacji o produkcie kieruje ruchem w sieci, prezentując Twoje produkty kupującym aktywnie poszukującym tego, co sprzedajesz. Odpowiednie produkty z Twojego sklepu będą wyświetlane w karcie Zakupy, mogą się także pojawić w wynikach wyszukiwania Google, w karcie Grafika lub w usłudze Gmail w zależności od Twojej lokalizacji.

[Dowiedz się więcej o wyświetlaniu bezpłatnych informacji o produkcie](#)

## Zwiększ Twój zasięg i Twoją sprzedaż dzięki Performance Max

Performance Max pomaga zwiększyć skuteczność w oparciu o określone cele, zapewniając więcej konwersji i wartość dzięki optymalizacji w czasie rzeczywistym i na wielu kanałach przy użyciu inteligentnego określania stawek opartego na uczeniu maszynowym.

[Dowiedz się więcej o Performance Max](#)





# 1. ZACZNIJ TERAZ

## Installation

*Uwaga: Jeśli właśnie utworzyłeś swój sklep z PrestaShop, rozszerzenie te zostanie automatycznie preinstalowane w twoim back office, a dostęp do niego masz bezpośrednio z poziomu katalogu modułów.*

Instalacja jest bardzo łatwa, możesz rozpocząć ją w 5 prostych krokach:

1. Kliknij „Pobierz”, aby pobrać plik ZIP.
2. Wróć do swojego back office, następnie przejdź do Managera Modułów znajdującego się w lewym bocznym menu, następnie wybierz Moduły i Usługi.
3. Kliknij przycisk „Pobierz moduł” u góry po prawej stronie, wybierz plik ZIP do pobrania i kliknij „OK”.
4. Twój moduł jest teraz zainstalowany i pojawi się na Twojej liście zainstalowanych modułów. Aby rozpocząć konfigurację, kliknij „Konfiguruj”.
5. Jeśli masz więcej niż jeden sklep, musisz skonfigurować każdy z nich osobno. Po rozpoczęciu onboarding, wybierz sklep bezpośrednio z listy.

*\* W celu zakończenia konfiguracji, zostaniesz poproszony o powiązanie swoich kont Google (Google, Google Merchant Center i Google Ads). Nowe konto możesz utworzyć bezpośrednio z poziomu modułu, klikając **Utwórz nowe konto** i postępując zgodnie z instrukcją.*

## Ustawienia i konfiguracja

1. Aby aktywować PrestaShop Marketing with Google, musisz podłączyć swoje konto PrestaShop. Aby to zrobić, zaloguj się, wpisując swój adres e-mail oraz hasło. Jeśli jesteś nowym użytkownikiem, możesz z łatwością utworzyć konto, korzystając z opcji „Utwórz nowe konto”.
2. Następnie podłącz swoje konto Google, klikając „Podłącz konto”.
3. W interfejsie swojego konta Google wybierz konto, z którego chcesz korzystać. Jeśli nie widzisz na liście kont, możesz wybrać inne konto lub utworzyć nowe.
4. A teraz przejdźmy do podłączenia Twojego konta Google Merchant Center. Z listy rozwijanej wybierz konto, z którego chcesz korzystać.
5. Możesz utworzyć nowe konto Google Merchant Center, klikając „Utwórz nowe konto”. Zaznacz wszystkie niezbędne zgody dotyczące wymagań Google wobec stron internetowych i kliknij „mój sklep spełnia wszystkie wymagania”. Następnie zatwierdź informacje o swoim sklepie i prześlij swoją prośbę. Wtedy Google przeprowadzi weryfikację strony internetowej, której prośba dotyczy..

✔ Link your shop to your PrestaShop account

✔ Associate your shop with a PrestaShop account



Your shop is associated with the PrestaShop account:  
thomas.nabord+fb@prestashop.com

Associated shops



✔ Data Sharing is enabled



Data Synchronisation is enabled. You have agreed to synchronise relevant data from your shop with this module.

View my shared data



✔ Reach more people on Google with free listings

Free listings give you access to millions of shoppers searching for products similar to yours. Display your products for free in organically ranked listings on the Shopping tab when you connect your Google account to Google Merchant Center.

Businesses using free listings and ads on the Shopping tab together have seen an average >50% increase in clicks and >100% increase in impressions. (Google Internal Data, July 2020)



Google account Connected



thomasnabord@gmail.com



Merchant Center account Connected



PokeDoge - 476262275



Product feed

Next synchronization on 26/04/2023, 21:00:00

✔ Shipping settings

[Edit](#)

✔ Delivery time & rates

[Edit](#)

✔ Attribute mapping

[Edit](#)

✔ Advertise on Google with Performance Max

Connect or create your Google Ads account and launch a Performance Max campaign for your products. Maximize your campaign performance across multiple Google channels through one single campaign. Show your ads where they have higher chances of driving conversion.

Even better, you don't pay unless your customers click.



Google Ads account Connected



562-728-1739 - PokeDoge



Boost your sales with Performance Max Campaigns

With Performance Max, you can advertise your products and maximize your ads performance across multiple Google channels through one single campaign. Even better, you don't pay unless your customers click!

[Launch campaign](#)



Enable remarketing and conversion tracking tag

In the European Economic Area, the United Kingdom or Switzerland, Performance Max campaigns can be used with any Comparison Shopping Service (CSS) you work with. The ads will show on general search results pages and on any other surfaces the CSS has opted in to.

On

Just starting out in Google advertising?



Get 400€ of Google Ads credits\* when you spend at least 400€ to create your first campaigns on PrestaShop or directly via your [Google Ads Account](#).

\*Your voucher will be applied automatically from the moment you start spending! \*The amount needs to be spent within 60 days of the first campaign spend and credits will be valid for 60 days once credited. [Read T&C](#)



**W przypadku akceptacji:** możesz rozpocząć synchronizację swojego sklepu

**W przypadku wstrzymania:** postępuj zgodnie z instrukcją w celu zmodyfikowania swojego wniosku

**W przypadku odrzucenia:** Twoje konto zostało zawieszono ze względu na naruszenie polityki Google. Postępuj zgodnie z instrukcją w celu rozwiązania tego problemu.

## **6. Zsynchronizuj swój sklep z Google i skonfiguruj wyświetlanie bezpłatnych informacji o produkcie**

6.1 Kliknij Eksport pliku danych, aby rozpocząć przygotowanie danych o produktach

6.2 Wybierz swoich odbiorców: Wybierz lokalizację docelową oraz ustawienia dotyczące dostawy.

Uwaga: Jeśli Twoim krajem docelowym są Stany Zjednoczone, konieczne jest dodanie ustawień dotyczących podatków

6.3 Harmonogram synchronizacji eksportu: zaakceptuj i kontynuuj

6.4 Uzupełnij mapowanie atrybutów Twoich produktów

6.5 Sprawdź, a następnie zaakceptuj informacje zawarte w pliku danych, klikając Zapisz i Eksportuj

## **7. Aktywuj wyświetlanie bezpłatnych informacji o produkcie, aktywując opcję znajdującą się po prawej stroni**



Next synchronization is planned in -13 hours

Active products ready for sync: 0

Date: Thursday, July 22, 2021 3:24 AM

### Product feed settings summary

<p> Shipping settings Imported from backoffice</p> <p><a href="#">Edit settings</a></p>	<p> Delivery time &amp; rates</p> <p>Target country: France</p> <p>Delivery time &amp; rates: Configured carriers from backoffice</p> <p><a href="#">Edit settings</a></p>										
<p> Category &amp; product attribute mapping 4 categories have been mapped</p> <p><a href="#">Edit categories &amp; attributes</a></p> <table border="1"><tr><td> Google product attributes</td><td> Your custom product fields</td></tr><tr><td>Description</td><td>description</td></tr><tr><td>GTIN</td><td>gtin</td></tr><tr><td>MPN</td><td>mpn</td></tr><tr><td>Brand</td><td>manufacturer</td></tr></table>		Google product attributes	Your custom product fields	Description	description	GTIN	gtin	MPN	mpn	Brand	manufacturer
Google product attributes	Your custom product fields										
Description	description										
GTIN	gtin										
MPN	mpn										
Brand	manufacturer										

I understand and agree to the following conditions\*

- The synchronization of my product feed will take time at 03:24 AM (It might take between 1 to 4 hours)
- Google products reviews may take between 3 to 5 business days

[Cancel](#)    [Previous](#)    [Save and export](#)

It takes 3-5 business days to review products

Please review the [prohibited content guidelines](#) to ensure that products in your feed don't violate these policies.


## 8. Skonfiguruj i zacznij wyświetlać Performance Max kampanie:

8.1 Podłącz swoje konto Google Ads, wybierając je z listy rozwijanej lub utwórz nowe konto.

### 8.2 Skonfiguruj i zacznij wyświetlać swoje płatne reklamy:

Kliknij „Utwórz kampanię”, wpisz jej nazwę, termin ważności oraz grupę docelową. Wybierz także

produkt, który chcesz promować. Ustal dzienny budżet, następnie kliknij „Utwórz kampanię” – i gotowe! Choć możesz wstrzymać lub edytować swoją kampanię w dowolnym momencie, jednak zalecamy pozostawienie jej na co najmniej 15 dni bez wstrzymywania lub edytowania.

 Campaign > Create Performance Max campaign

**i** Performance Max is an enhanced campaign type powered by Google's smart technology. It can help you optimize your ads across multiple Google channels and drive better results for your business.

Campaign name ⓘ

✓

The name must be unique and 125 chars max.

Campaign duration ⓘ

Start date  End date (optional)

We recommend a minimum duration of 30 days so that Google can optimize your campaign.

Target country ⓘ

▼

To target multiple countries you have to create multiple campaigns.

Products filters

Include all synced products  
 Select products using product partition filters

Take some time to [read Google Shopping ads policies](#) some product are prohibited or restricted.

Daily campaign budget ⓘ


✓ EUR

You will only pay if someone clicks your ad.

**💡 PrestaShop Tips and Tricks**

It is generally recommended to start with a minimum budget of €10.00 per day for your daily ad spend. This allows you to reach a larger audience & potentially see better results.

▶ Read more

 **Christophe**  
PrestaShop eCommerce Expert

Campaign activation

Your campaign will run until you pause it or as soon as end date is meet. You can pause it at any time.

### 8.3 Zobacz wyniki kampanii

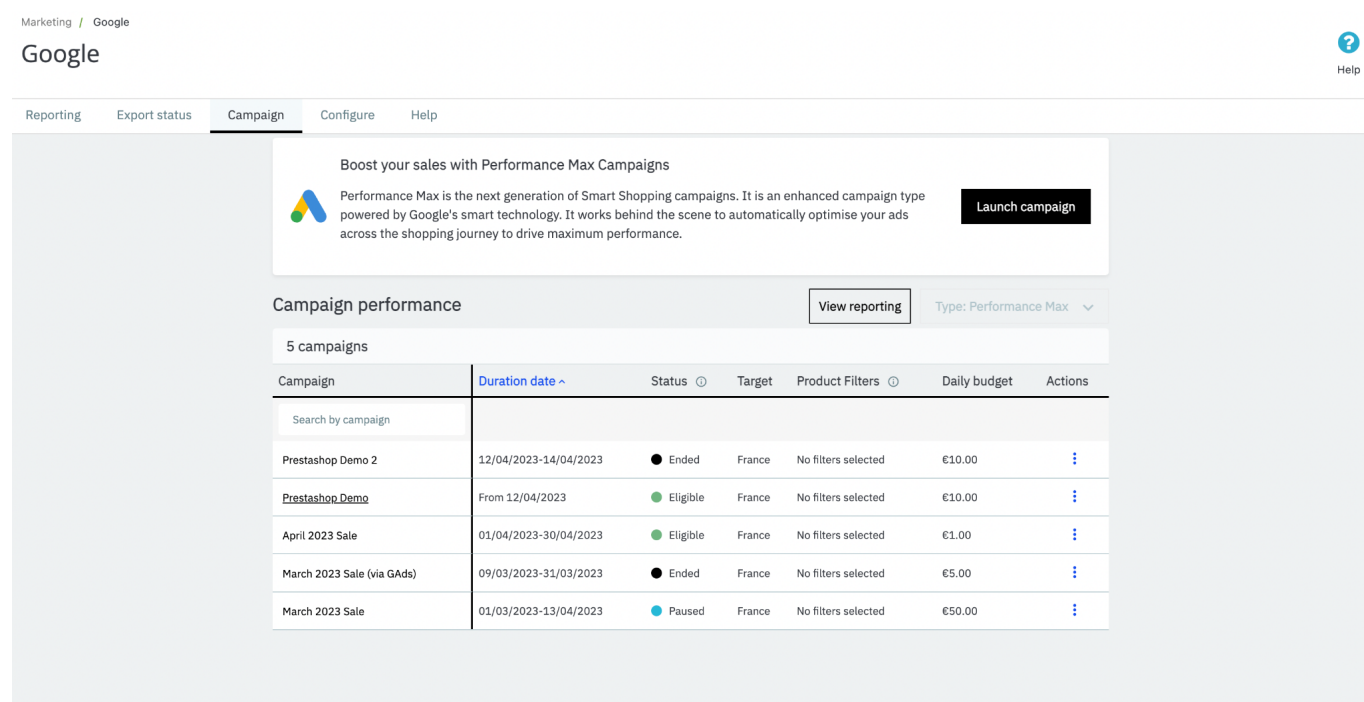
Aby sprawdzić wyniki kampanii, przejdź do karty Kampanie u góry Twojego panelu i wybierz opcję



## „Przełóż raporty”

Przejdiesz do panelu głównego, w którym zobaczysz ogólne dane o wskaźnikach KPI twojego konta, takich jak odsłony, kliknięcia, średni koszt za kliknięcie oraz sprzedaż ogółem. U góry po prawej stronie panelu możesz ustawić okres, jaki Cię interesuje.

Przełóż wyniki swoich kampanii oraz skuteczność unikalnych identyfikatorów produktu dla wybranego okresu.



The screenshot shows the Google Ads interface. At the top, there's a navigation bar with 'Marketing / Google' and the Google logo. Below that, there are tabs for 'Reporting', 'Export status', 'Campaign', 'Configure', and 'Help'. The main content area features a promotional banner for Performance Max Campaigns with a 'Launch campaign' button. Below the banner, there's a 'Campaign performance' section with a 'View reporting' button and a dropdown menu set to 'Type: Performance Max'. A table lists 5 campaigns with columns for Campaign, Duration date, Status, Target, Product Filters, Daily budget, and Actions.

Campaign	Duration date	Status	Target	Product Filters	Daily budget	Actions
Search by campaign						
Prestashop Demo 2	12/04/2023-14/04/2023	● Ended	France	No filters selected	€10.00	⋮
Prestashop Demo	From 12/04/2023	● Eligible	France	No filters selected	€10.00	⋮
April 2023 Sale	01/04/2023-30/04/2023	● Eligible	France	No filters selected	€1.00	⋮
March 2023 Sale (via GAds)	09/03/2023-31/03/2023	● Ended	France	No filters selected	€5.00	⋮
March 2023 Sale	01/03/2023-13/04/2023	● Paused	France	No filters selected	€50.00	⋮

## Wymagania ogólne

Aby zsynchronizować swój sklep PrestaShop z Google, musisz wykonać następujące kroki w swoich ustawieniach PrestaShop Marketing with Google:

- Skonfiguruj swoje konto
- Wybierz swoich odbiorców
- Podaj informacje dotyczące dostawy

## Skonfiguruj swoje konto

Połącz następujące konta, aby móc korzystać z PrestaShop Marketing with Google:

- **Konto PrestaShop:** Utwórz lub połącz swoje Konto PrestaShop. Umożliwiając połączenia Twojego konta PrestaShop z Twoim sklepem, wyrażasz zgodę na korzystanie z usług, zarządzanie nimi i ich rozliczanie. Konto będzie wykorzystywane do zarządzania wszystkimi usługami aktywowanymi w Twoim sklepie.
- **Konto Google:** Połącz swoje konto Google z kontem Google Merchant Center oraz Google Ads. Po zalogowaniu musisz zezwolić na dostęp PrestaShop do poniższych usług Google. Jeśli

nie wyrazisz na to zgody, nie będziesz mógł korzystać z modułu.

- Zarządzaj swoimi kampaniami AdWords.
- Zarządzaj wyświetlaniem bezpłatnych informacji o produkcie oraz kontami Google Shopping.
- Zarządzaj listą stron i domen, które posiadasz.
- **Konto Google Merchant Center:** Połącz swój <h>sklep PrestaShop</h> z Google Merchant Center, aby móc wyświetlać swoje produkty w Google. Możesz utworzyć nowe konto lub korzystać z istniejącego.

## Skonfiguruj swoje konta

Wybierz lokalizację, w której będziesz sprzedawać swoje produkty.

- **Lokalizacja:** Wybierz kraj lub kraje docelowe. Twoje zakwalifikowane i zatwierdzone produkty będą wyświetlane we wszystkich obsługiwanych krajach. Twój sklep powinien już mieć ustalone odpowiednie stawki dotyczące podatków i dostaw (jeśli dotyczy) dla potencjalnych klientów wybranych lokalizacjach. Nie możesz wybrać kraju z walutą inną niż obsługiwana przez Twój sklep.

[Dowiedz się więcej na temat obsługiwanych krajów i walut.](#)

## Skonfiguruj swoje konta

Podaj informacje na temat kosztów i terminów dostawy. Będą one widoczne dla potencjalnych klientów w Google, co może pomóc im w podjęciu decyzji o zakupie.

- **Koszty i terminy dostawy** (wybierz jedną z dwóch opcji):
  - **Automatycznie zaimportuj ustawienia dotyczące dostawy** (PrestaShop spróbuje automatycznie zaimportować Twoje informacje o dostawie z ustawień Twojego sklepu. Możliwe jednak, że będziesz musiał podać dodatkowe informacje, jeśli synchronizacja się nie powiedzie).
  - **Skonfiguruj ręcznie ustawienia dotyczące dostawy na koncie Merchant Center** (musisz przejść do Merchant Center i wprowadzić samodzielnie informacje o dostawie. Twoje produkty nie zostaną zsynchronizowane jeśli nie wykonasz tego kroku).

### **Kwoty podatku (dotyczy wyłącznie sklepów sprzedających w USA)**

Informacja ta będzie podawana potencjalnym klientom w Google wraz z informacją o cenie Twojego produktu. Informację na temat kwoty podatku musisz wprowadzić bezpośrednio na swoim koncie Google Merchant Center.

## Wymagania Google Merchant Center

Upewnij się, że Twoja firma spełnia [wytyczne Google Merchant Center](#). Na początek sprawdź, czy Twoja strona posiada:

- Elementy bazowe: strona internetowa, domena i URL
- Bezpieczny proces finalizacji zakupu i informacje dotyczące płatności
- Metody płatności
- Politykę zwrotów

- Warunki płatności
- Dane kontaktowe

### Przydatne artykuły:

- [Sprawdź, czy Twój sklep działa zgodnie z zasadami i polityką reklam produktowych Google.](#)
- [Najczęstsze powody odrzuceń i sposoby ich uniknięcia lub naprawy](#)

### Elementy bazowe: strona internetowa, domena i URL

Twoja strona internetowa PrestaShop musi:

- Być dostępna online i posiadać ważną domenę
- Być pozbawiona niedziałających linków
- Posiadać zweryfikowany i zarezerwowany adres URL

### Bezpieczny proces finalizacji zakupu i informacje dotyczące płatności

Twoja strona internetowa musi spełniać następujące wymagania dotyczące płatności i transakcji:

- **Bezpieczny proces finalizacji zakupu:** Płatności i transakcje powinny być przeprowadzane z pomocą bezpiecznych serwerów (zabezpieczonych protokołem SSL z ważnym certyfikatem https://)
- **Sprawdzony operator płatności:** Przeprowadzaj wszystkie transakcje za pośrednictwem sprawdzonego operatora płatności, takiego jak Stripe lub PayPal
- **Informacja o metodach płatności w widocznym miejscu:** Pokaż na swojej stronie dostępne metody płatności

**Wskazówka:** Jeśli używasz serwisu PayPal, możesz skorzystać z opcji połączenia swojego konta z kontem Google Merchant Center. Połączenie z Twoim kontem PayPal ułatwi dostarczenie do Google prawidłowych informacji o zamówieniach i dostawach, co może z czasem przełożyć się na uzyskanie lepszej jakości raportów oraz lepszych wyników.

### Polityka zwrotów

Twoja polityka zwrotów powinna być szczegółowa i łatwa do znalezienia na stronie. Jeśli zespół sprawdzający Google nie znajdzie tych informacji, Twoje konto może zostać zawieszona. Jeśli nie oferujesz możliwość zwrotu, wyraźnie zaznacz to na stronie.

Upewnij się, że opisałeś następujące kwestie:

- **Zasady i warunki (obowiązkowo):** Opisz swoją procedurę zwrotów, wskaż jakie czynności powinien wykonać Twój klient, jakich terminów powinien dotrzymać, a także poinformuj go o okresie oczekiwania na zwrot.
- **Adresy dla zwrotów (obowiązkowo):** Uwzględnij informację, na jaki adres należy adresować paczkę ze zwracanym towarem.
- **Zasady (fakultatywnie):** Przedstaw wszystkie zasady dotyczące zwrotów.
- [Dowiedz się więcej na temat wymogów dotyczących polityki zwrotów](#)

### Zasady i warunki rozliczeń

Upewnij się, że na Twojej stronie znajdują się jasne i łatwe do znalezienia informacje na temat rozliczeń.

[Dowiedz się więcej na temat zasad i warunków dotyczących rozliczeń](#)



## Dane kontaktowe

Dane kontaktowe muszą być widoczne i odpowiednio rozmieszczone na Twojej stronie. Konieczne jest udostępnienie klientom co najmniej jednej drogi kontaktu z Tobą, może to być adres mailowy do działu wsparcia, numer telefonu kontaktowego, formularz „Skontaktuj się z nami” lub adres stacjonarny firmy.

**Wskazówka:** Umieść dane kontaktowe w stopce Twojej strony internetowej, dzięki temu będzie on łatwy do znalezienia dla Twoich klientów.

## Szczegóły i informacje dotyczące pliku danych

PrestaShop Marketing z Google będzie codziennie automatycznie synchronizował Twoje dane o produktach PrestaShop w Google Merchant Center. Możesz modyfikować produkty pojedynczo lub zbiorczo. Aby mieć pewność, że Twoje produkty zostaną zaakceptowane przez Google, Twój plik danych powinien zawierać następujące informacje:

- Ogólne informacje o produkcie
- Unikalne identyfikatory produktu
- Dane wymagane dla poszczególnych kategorii:
  - Odzież i akcesoria
  - Media
  - Książki

## Ogólne informacje o produkcie

Uwzględnij podstawowe informacje o produkcie, takie jak tytuł, opis, ID, link i zdjęcie.

[Dowiedz się więcej o specyfikacji danych produktu](#)

## Unikalne identyfikatory produktu

Podaj unikalne identyfikatory produktu, dzięki którym Twoje produkty będą precyzyjnie zdefiniowane na globalnej platformie sprzedażowej. Dane te pomogą Google zidentyfikować produkty, które sprzedajesz i powiązać je z zapytaniami w wyszukiwarce, dzięki czemu Twoje produkty mogą pojawić się dokładnie wtedy, kiedy kupujący ich szukają w Google.

[Dowiedz się więcej na temat unikalnych identyfikatorów produktu](#)

## Dane wymagane dla poszczególnych kategorii

Należy podać wszelkie dane o wymogach szczególnych w odniesieniu do produktów w następujących kategoriach:

- **Odzież i akcesoria:** Zapoznaj się z wytycznymi dla następujących danych produktu: [grupa wiekowa](#), [płeć](#), [kolor](#) oraz [rozmiar](#)
- **Media:** Dla takich kategorii produktów, jak muzyka, film lub gry komputerowe, wymagane są następujące unikalne identyfikatory produktu: UPC, EAN lub JAN
- **Książki:** Produkty w tej kategorii wymagają następującego unikalnego identyfikatora produktu: ISBN

## Synchronizacja pliku danych i statusy

Informacje o produktach będą synchronizowane raz dziennie. Oznacza to, że jakiegokolwiek zmiany w katalogu produktów będą zaktualizowane w Twoim katalogu Google Merchant Center następnego dnia.

W module możesz zapoznać się ze statusem Twojej synchronizacji:

- **Gotowa do eksportowania:** synchronizacja jest zaplanowana i zostanie wykonana tego samego dnia
- **Zakończona:** synchronizacja została wykonana
- **Nieudana:** próba synchronizacji zakończyła się niepowodzeniem. Skontaktuj się z PrestaShop, aby uzyskać pomoc w rozwiązaniu problemu.

Po przesłaniu pliku danych, Twoje produkty otrzymają status. Będzie to jeden z sześciu możliwych statusów produktów:

- **Aktywne:** Produkty całkowicie zaakceptowane, które mogą zostać uwzględnione w wyświetlaniu bezpłatnych informacji o produkcie w karcie Zakupy Google w przeciągu kolejnych trzech do pięciu dni. Twoje produkty mogą się również pojawić w wynikach wyszukiwania Google, w karcie Grafika lub w usłudze Gmail, jeśli sprzedajesz w USA.
- **Wygasające:** Produkty, które tracą ważność w ciągu kolejnych trzech dni i nie będą już wyświetlane w Google.
- **Oczekujące:** Produkty, które są w trakcie sprawdzania przez Google i nie będą wyświetlane aż do uzyskania akceptacji.
- **Odrzucone:** Produkty nieaktywne i nie pojawiające się w Google. Sprawdź status ich błędu, aby dowiedzieć się więcej.

## Wyświetlanie bezpłatnych informacji o produkcie w Google

Wyświetlanie bezpłatnych informacji o produkcie kieruje ruchem w sieci, prezentując Twoje produkty kupującym aktywnie poszukującym tego, co sprzedajesz. Twoje produkty będą widoczne w karcie Zakupy w Google, mogą się także pojawić w wyszukiwarce, w karcie Grafika oraz w usłudze Gmail, jeśli prowadzisz sprzedaż w USA.

## Wyświetlanie standardowych informacji o produkcie

Produkty kwalifikujące się do standardowego wyświetlania informacji o produkcie, mogą być bezpłatnie widoczne w Google. Jeśli kwalifikujesz się wyłącznie do standardowego wyświetlania informacji o produkcie, Twoje produkty będą miały status **Aktywny** na Twoim panelu statusu akceptacji produktów.

## Wyświetlanie rozszerzonych informacji o produkcie

Produkty kwalifikujące się do wyświetlania rozszerzonych informacji o produkcie pojawią się w formatach o bogatszej treści w karcie Zakupy, co może znacznie wpłynąć na zwiększenie ruchu na stronie, jak i sprzedaży. Jeśli kwalifikujesz się zarówno do wyświetlania podstawowych, jak i rozszerzonych informacji o produkcie, będą one miały status **Aktywny** na Twoim panelu statusu akceptacji produktów.

## Rezygnacja z wyświetlania bezpłatnych informacji o produkcie

Jeśli nie chcesz korzystać z usługi wyświetlania bezpłatnych informacji o produkcie, możesz z niej zrezygnować z poziomu swojego konta Google Merchant Center.

[Dowiedz się więcej, jak zarządzać programami w Google Merchant Center](#)

### Przydatne artykuły:

- [Wymagania dotyczące danych kwalifikacji do wyświetlania bezpłatnych informacji o produkcie](#)
- [Najlepsze praktyki dotyczące wyświetlania bezpłatnych informacji o produkcie w Google](#)

## Performance Max kampanie Google

Performance Max to typ kampanii służących do realizacji określonych celów, który umożliwia reklamodawcom skoncentrowanym na marketingu efektywnościowym dostęp do wszystkich zasobów reklamowych Google Ads w ramach jednej kampanii. Został on zaprojektowany jako uzupełnienie kampanii wyszukiwania opartych na słowach kluczowych, aby pomóc w dotarciu do większej liczby klientów we wszystkich kanałach Google.

Możesz podłączyć swoje konto Google Ads, ustalić budżet i rozpocząć swoją kampanię

bezpośrednio z poziomu swojego panelu PrestaShop Marketing with Google. Możesz także śledzić wyniki, przeglądać dane liczbowe oraz generować automatyczne raporty dotyczące kampanii.

Po uruchomieniu Twojej Performance Max kampanii, [algorytm Google](#) zoptymalizuje Twoje reklamy tak, aby wyświetlały się w odpowiednim czasie we właściwych miejscach, co przełoży się na zwiększenie oglądalności Twojej witryny, jak i sprzedaży. Choć możesz edytować lub wstrzymać swoją kampanię w dowolnym momencie, zalecamy, aby przed wprowadzeniem jakichkolwiek zmian odczekać co najmniej 15 dni na optymalizację kampanii.

## Odbierz kupon promocyjny Google Ads

Dowiedz się, w jaki sposób Google Ads może pomóc Ci rozwinąć biznes dzięki docieraniu do odpowiednich osób w odpowiednim czasie. Zaczynaj teraz i odbierz kupon promocyjny po założeniu nowego konta Google Ads. Sprawdź warunki i [zasady korzystania](#).

### Przydatne artykuły:

- [Dowiedz się więcej o Performance Max](#)
- [Optymalizuj Performance Max kampanie](#)

## Zacznij analizować wyniki kampanii

Kiedy już Twoje wyświetlanie bezpłatnych informacji o Performance Max kampanie produktowe będą uruchomione, możesz śledzić ich wyniki bezpośrednio na swoim panelu PrestaShop Marketing with Google. Następujące zakresy informacji będą widoczne w Twoich raportach:



## Konwersje

Konwersja ma miejsce wtedy, kiedy ktoś wejdzie w interakcję z Twoją reklamą produktową i wykona czynność zdefiniowaną jako wartościowa dla Twojego biznesu, na przykład dokonanie zakupu.

[Dowiedz się więcej o konwersjach](#)

## Kliknięcia

Kiedy ktoś kliknie Twoją reklamę, Google Ads liczy to jako kliknięcie.

[Dowiedz się więcej o kliknięciach](#)

## Odsłony

Odsłona określa jak często Twoja reklama jest wyświetlana. Odsłona jest liczona za każdym razem, kiedy Twoja reklama jest wyświetlana na stronie z wynikami wyszukiwania lub na innej stronie w sieci Google.

[Dowiedz się więcej na temat odsłon](#)

## Sprzedaż ogółem

Oznacza całkowitą kwotę sprzedaży, jaką uzyskał Twój sklep z ruchu generowanego przez Performance Max kampanie.

## Wydatki ogółem

To całkowita kwota wydana na Performance Max reklamę.



## **2. PROBLEMY ZWIĄZANE Z KONTEM LUB PRODUKTEM**

# Ostrzeżenia i zawieszenia dotyczące konta Google Ads

## Weryfikacja początkowa

Kiedy wczytujesz listę produktów na swoje konto po raz pierwszy, zarówno one, jak i Twoja strona zostaną poddane weryfikacji początkowej w celu sprawdzenia, czy są zgodne z wymaganiami i polityką reklam produktowych Google. Może to zająć od trzech do pięciu dni roboczych, w tym czasie Twoje produkty będą miały status **Oczekujący**.

Jeśli weryfikacja początkowa wykaże, że Twoje produkty lub strona nie jest zgodna z polityką reklam produktowych, Twoje konto zostanie natychmiast zawieszona, a Ty otrzymasz powiadomienie drogą mailową z informacją o dalszym toku postępowania. Jeśli weryfikacja początkowa zakończy się sukcesem, Twoje produkty zostaną zakwalifikowane do wyświetlania w ramach reklam produktowych.

Dowiedz się więcej na temat egzekwowania zasad w związku z naruszeniami na poziomie konta.

## Naruszenia zasad na poziomie konta: ostrzeżenia i zawieszenia

Jeśli Twoje produkty lub Twoja strona nie jest zgodna z zasadami oraz warunkami korzystania z Google Ads, Twoje produkty mogą nie zostać zaakceptowane, a Ty możesz otrzymać:

- **E-maila ostrzegawczego** zawierającego szczegóły dotyczące problemu, informacje jak go naprawić, a także termin, w jakim trzeba to zrobić (zazwyczaj siedem dni)
- **Zawieszenie konta:** Jeśli problemy nie zostaną rozwiązane, otrzymasz serię e-maili zawierających wszystkie istotne informacje dotyczące zasad korzystania z reklam produktowych oraz zawieszenia konta. Kiedy już uda Ci się rozwiązać wszystkie problemy, ponownemu sprawdzeniu poddane zostaną Twoje konto lub strona, a ostrzeżenie zostanie cofnięte.

Jeśli Google wykryje rażące naruszenie zasad, Twoje konto zostanie zawieszona w trybie natychmiastowym bez wcześniejszego ostrzeżenia.

Do rażących naruszeń zasad zalicza się takie praktyki, jak:

- Nadużywanie sieci reklamowej
- Świadome wprowadzanie w błąd
- Promowanie i sprzedaż produktów podrobionych
- Promocja nieautoryzowanych aptek
- Niedopuszczalne praktyki biznesowe

Jeżeli uważasz, że nastąpiła pomyłka i nie naruszyłeś zasad korzystania z usług Google, możesz złożyć odwołanie.

Dowiedz się więcej na temat zawieszeń konta Google Ads oraz egzekwowania zasad na poziomie konta w przypadku naruszeń.

Nadal masz problem? Skontaktuj się z naszym dedykowanym zespołem wsparcia, pisząc na adres: support-google@prestashop.com



## Usuwanie ostrzeżeń i zawiesznień związanych z kontem

Aby dotrzeć do kupujących z PrestaShop Marketing with Google, Twoja strona oraz dane o produktach muszą być zgodne z określonymi [zasadami Google](#).

Oto kilka najczęstszych powodów ostrzeżeń lub zawiesznień oraz działań do podjęcia w razie ich otrzymania.

## Problemy związane z kontem lub produktem

### Najczęstsze powody ostrzeżeń i zawiesznień konta

#### Brak polityki zwrotów

Klienci powinni z łatwością znaleźć informacje o polityce zwrotów oraz regulamin korzystania z usług Twojego sklepu. Jeśli zespół sprawdzający Google ich nie znajdzie, Twoje konto może zostać zawieszono. Jeśli nie oferujesz możliwości zwrotu, upewnij się że jest to wyraźnie zaznaczone na Twojej stronie.

Twój regulamin powinien dokładnie opisywać zasady dotyczące zwrotów, z uwzględnieniem:

- Działań, które klient powinien podjąć
- Warunki zwrotów: ważne, aby, klient z łatwością znalazł dane kontaktowe oraz zrozumiał procedurę zwrotów.

#### Niewystraszające informacje na temat płatności

Upewnij się, że wybrany przez Ciebie operator płatności funkcjonuje bez zarzutu oraz, że ikony informujące o metodach płatności są widoczne na Twojej witrynie.

#### Przedstawianie nieprawdziwych informacji o sobie lub produktach

Kupujący nie mogą czuć się wprowadzeni w błąd przez treści promowane w reklamach zakupowych, dlatego ważne jest, aby Twoje reklamy były dokładne, zgodne z prawdą i miały charakter informacyjny. Następujące praktyki są niedozwolone:

- Promocje nakłaniające użytkowników do dokonania zakupu, pobrania lub innego rodzaju zobowiązania bez uprzedniego dostarczenia wszystkich niezbędnych informacji i bez uzyskania wyraźnej zgody użytkownika
- Promocje dotyczące twojego sklepu lub produktów, które są niedokładne, nierealistyczne lub niezgodne z prawdą
- Niepełne dane kontaktowe
- Niepełne informacje dotyczące płatności
- Brak numeru telefonu
- Brak polityki zwrotów

Dowiedz się więcej na temat [naruszeń dotyczących wprowadzania w błąd oraz o sposobach ich naprawiania](#).

## Prośba o ponowne sprawdzenie po otrzymaniu powiadomienia o zawieszeniu

Jeśli wykryte zostanie naruszenie zasad lub polityki jakości danych o produkcie, otrzymasz powiadomienia zawierające opis problemu oraz informację o terminie, w jakim należy go rozwiązać.

Możesz poprosić o sprawdzenie przed upływem wskazanego terminu. Jeżeli wszystkie problemy zostaną rozwiązane przed sprawdzeniem, ostrzeżenie zostanie cofnięte, a Twoje reklamy będą dalej wyświetlane.

Jeśli po Twojej pierwszej prośbie o sprawdzenie nie wszystkie problemy będą rozwiązane, możesz poprosić o kolejne sprawdzenie w dowolnym momencie. W przypadku, kiedy po drugiej prośbie o sprawdzenie nadal niektóre problemy będą nierozwiązane, rozpocznie się 7-dniowy okres oczekiwania, w trakcie którego przycisk służący do wysyłania prośby o sprawdzenie będzie nieaktywny. W tym czasie Twoje konto będzie nadal zawieszona i nie będzie możliwości wysłania prośby o sprawdzenie. Ten okres oczekiwania dotyczy wszystkich kolejnych prośb o sprawdzenie. Aby sprawdzić datę zakończenia okresu oczekiwania, wejdź na stronę „Diagnostyka” na swoim koncie Google Merchant Center, a następnie wybierz kartę „Problemy związane z kontem”.

### **Pamiętaj, że prośby o sprawdzenie nie generują się automatycznie po rozwiązaniu problemów. Musisz wysłać prośbę o sprawdzenie.**

Aby poprosić o ponowne sprawdzenie, wykonaj następujące czynności:

- Wybierz PrestaShop Marketing z Google w back office swojego konta PrestaShop.
- Przejdź do “Ustawień” i kliknij ID swojego konta, co spowoduje przekierowanie na Twoje konto Google Merchant Center.
- Na koncie Google Merchant Center kliknij **Produkty**, następnie wejdź na stronę **Diagnostyka** i wybierz kartę **Problemy z kontem**.
- Znajdź problem, który chcesz poddać sprawdzeniu.
- Kliknij przycisk **Poproś o sprawdzenie**.
- Zaznacz pole wskazujące, że rozwiązano wszystkie problemy.

Po wysłaniu prośby o ponowne sprawdzenie, Twój status zmieni się na **W trakcie weryfikacji**.

Sprawdzanie może potrwać do siedmiu dni. Informacja o jego zakończeniu zostanie przesłana drogą mailową.

Uwaga: Wydłużenie czasu na naprawienie naruszeń nie jest dostępne dla wszystkich rodzajów naruszeń, dlatego należy dołożyć wszelkich starań, aby ich uniknąć, a jeśli się pojawią – ustalić, które ostrzeżenia są priorytetowe. Jeśli problemy do rozwiązania pojawiają się na wielu kontach, muszą być one wszystkie rozwiązane zanim poprosisz o sprawdzenie. Istnieją przypadki, dla których możliwość wysłania prośby o sprawdzenie nie jest dostępna.

# Usuwanie naruszeń związanych z jakością danych o produkcie

## Naruszenia zasad na poziomie produktu: produkty odrzucone

Lista problemów będzie widoczna w karcie pliku danych PrestaShop Marketing with Google i będzie zawierała wszystkie niezbędne szczegóły, m.in. nazwę produktu zawierającego błąd, opis problemu oraz sugerowane rozwiązanie. Możesz edytować produkty pojedynczo lub zbiorczo. Twój plik danych zostanie zsynchronizowany automatycznie po zatwierdzeniu produktów.

Jeśli Twój plik danych będzie zawierał pozycje z błędnymi lub niepełnymi danymi, **nie będą one uwzględnione w ramach wyświetlania bezpłatnych informacji o produkcie ani w reklamach produktowych** lub **będą uwzględnione, lecz ich efektywność będzie ograniczona**, co oznacza m.in. mniejszą liczbę wyświetleń i kliknięć.

Jeśli otrzymałeś ostrzeżenie, wejdź na stronę [Centrum Pomocy Google](#) i wyszukaj informacje na temat błędu, o którym mowa.

## Jak dodać lub zaktualizować dane o produkcie?

Aby usunąć ostrzeżenie dotyczące danych o produkcie, należy zaktualizować pola dotyczące produktów zawierających błędy w PrestaShop.

Pamiętaj, że zweryfikowanie poprawności zaktualizowanych danych może zająć Google od trzech do pięciu dni roboczych.

## Przydatne artykuły:

- [Rozwiążuj problemy z plikiem danych](#)
- [O odrzuceniach produktów spowodowanych naruszeniem polityki jakości danych o produkcie](#)
- [Specyfikacja danych o produkcie](#)
- [O odrzuceniach produktów ze względu na naruszenie zasad](#)





With Google

## **MASZ PYTANIE?**

Możesz skontaktować się z naszym zespołem wsparcia technicznego pod adresem:  
[support-google@prestashop.com](mailto:support-google@prestashop.com).