


CSS Partners de Google,
**herramienta
imprescindible para
tus campañas de**
Google Shopping o
Performance Max



¿Estás llevando a cabo campañas de Google Shopping o Performance Max de producto en Europa?

Te interesa contratar a un **CSS Partner**, te explicamos qué son y porqué te interesan.

Tus campañas mejorarán un 25%

Usar un CSS Partner de Google Shopping mejora el rendimiento de la publicidad a través de este canal. Por este motivo, desde **Invbit** siempre lo solicitamos para las campañas publicitarias que gestionamos en nuestra agencia y así conseguir mejores resultados.

Índice

01 ¿Qué es un CSS Partner de Google Shopping?

02 Beneficios de usar CSS Partners

- Caso 1: Más impresiones
- Caso 2: Menor CPC
- Caso 3: Menor CPC y más impresiones y clics
- Caso 4: PMAX, optimización automática

03 ¿Qué ocurre al implantar un CSS?

04 ¿Qué CSS Planner escoger?

- Más factores a tener en cuenta sobre los CSS Partners



01

¿Qué es un **CSS Partner** de Google Shopping?

Si ya conoces Google Shopping sabrás que es la herramienta que sirve para comparar precios de productos en Google y es uno de sus grandes negocios publicitarios.

Debes saber que antes de que Google Shopping monopolizase este tipo de contenido en su buscador existían otros comparadores de precios como Kelkoo (1999), PriceRunner (1999), BizRate.com (1996), que pasó a llamarse Shopzilla, o Nextag (1999).

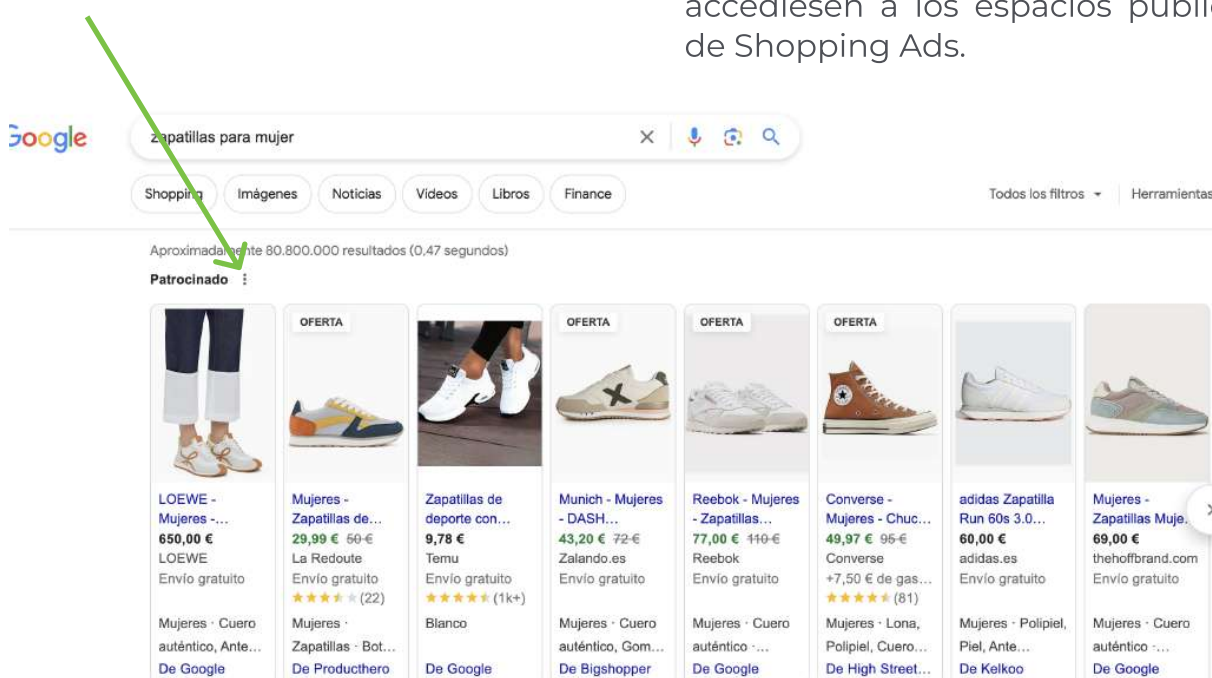
Google Shopping llegó en 2002 y, a lo largo del tiempo, sufrió varios cambios en el nombre y los formatos, siendo en 2010 cuando, finalmente, se denominó Google Shopping. En 2012 pasó a ser un formato de pago publicitario CPC (pago por clic).

Aprovechando que Google era el buscador más usado, se reservó un espacio en el buscador para mostrar los resultados de su propio comparador de precios en detrimento del resto, esto dio lugar a una batalla judicial.

En el año 2017, la Unión Europea impuso una multa de 2.300 millones de euros a Google por abuso de posición dominante en el mercado de Shopping Ads. La acusación principal era que únicamente los anuncios de Google podían aparecer en el espacio publicitario de Shopping Ads, excluyendo así a sus competidores.

Los comparadores de precios exigían a Google la oportunidad de ser mostrados en Shopping Ads. Google intentó remediar esta situación, sin mucho éxito al abrir el programa de CSS (Comparison Shopping Services), permitiendo así que sus competidores, los comparadores de precios, accediesen a los espacios publicitarios de Shopping Ads.

Google Shopping



¿Qué es un *CSS Partner* de Google Shopping?

No obstante, esta medida apenas logró que los comparadores ganaran una pequeña parte del mercado frente a Google, lo que todavía hoy, deja abierta la posibilidad de que la Unión Europea impusiera una nueva multa a Google.

Todos los CSS continúan presionando para exigir un mayor espacio publicitario y relevancia.

Podrás ver un ejemplo de cómo se muestran el resto de comparadores de precios actualmente en la siguiente imagen.

Los CSS Partner todavía son usados por pocas empresas, pero las grandes marcas, como Zalando, están comenzando a contar con estas herramientas.

Ahora ya has visto la diferencia entre usar Google Shopping o Google Shopping a través de un CSS Partner y entenderás mejor qué es, pero ¿por qué te recomendamos que los uses para tu publicidad? Te contamos todas las ventajas de este tipo de campañas.

Google Shopping search results for "zapatillas para mujer". The search bar shows "zapatillas para mujer" and the results are filtered by "Shopping". The results show a grid of shoe listings with images, prices, and brand names. Several listings are circled in green, highlighting the source of the product: "De Producthero", "De Bigshopper", "De High Street...", and "De Kelkoo".

Brand	Product Name	Price	Source
LOEWE	Mujeres - Zapaticas de...	650,00 €	De Google
La Redoute	Mujeres - Zapaticas de...	29,99 € (50€)	De Producthero
Temu	Zapatillas de deporte con...	9,78 €	De Google
Zalando.es	Munich - Mujeres - DASH...	43,20 € (72€)	De Bigshopper
Reebok	Reebok - Mujeres - Zapaticas...	77,00 € (110€)	De Google
Converse	Converse - Mujeres - Chuc...	49,97 € (95€)	De High Street...
adidas.es	adidas Zapatilla Run 60s 3.0...	60,00 €	De Kelkoo
thehoffbrand.com	Mujeres - Zapaticas Mue...	69,00 €	De Google

02

Beneficios de usar *CSS Partners*

Google Shopping (el soporte publicitario) cobra una comisión de un 20% por cada clic. Esto no sucede si se usa una alternativa a Google Shopping, es decir, un CSS Partner. Ese es el gran beneficio de usar los CSS Partners de Google. Vamos a verlo con ejemplos:

Usando Google Shopping (CSS)

Si inviertes 1000 € en Shopping Ads, solo 800 € serán puja y pago de clics. El anunciante invierte 1000€ pero solo se destinan a publicidad 800€. La diferencia, 200€ es una comisión que se queda Google Ads.

Usando un CSS alternativo, un CSS Partner de Google

Al contratar con otro CSS, ese 20% de comisión pasará a invertirse directamente en tus anuncios. Si inviertes 1000 €, se usarán al completo en la inversión publicitaria.

Antes de seguir, quiero mostrarte un cálculo de la mejora de rendimiento que significa si continúas invirtiendo lo mismo y usas un CSS Partner.

Siguiendo el ejemplo anterior de 1000€, la diferencia era de 200€. Pues calculemos la mejora que significa la diferencia. Si antes la inversión era de 800€ y ahora pasa a ser 1000€ entonces, si dividimos $1000/800 = 1,25$. Sí, una mejora del 25%.

Ahora ya has entendido porqué es tan interesante puedes ver porque te lo recomendamos en Invbit y seguro que ahora quieres contratarlo uno para ti, pero antes, has de saber que tiene un pequeño coste (es muy pequeño ¡vale la pena!).

Existen varios modelos y tarifas, que van desde los 39 € al mes hasta versiones de 99 €, e incluso, en función de tu inversión, pueden subir todavía más la cuota mensual.

Pero no te preocupes, desde la **Agencia de Marketing Online Invbit** hemos elegido el mejor CSS y llegado a acuerdos para que obtengas las condiciones más ventajosas.

03

¿Qué ocurre al *implantar un CSS?*

Ante todo, has de saber que seguirás usando Google Ads, Shopping Ads o campañas Performance Max o Google Merchant Center exactamente igual, la tecnología publicitaria continúa siendo exactamente la misma.

Como comentamos anteriormente, lo que cambia es que el 100% de tu inversión se dedicará a las pujas y clics en vez de el 80% como venía sucediendo al usar Google Shopping CSS.

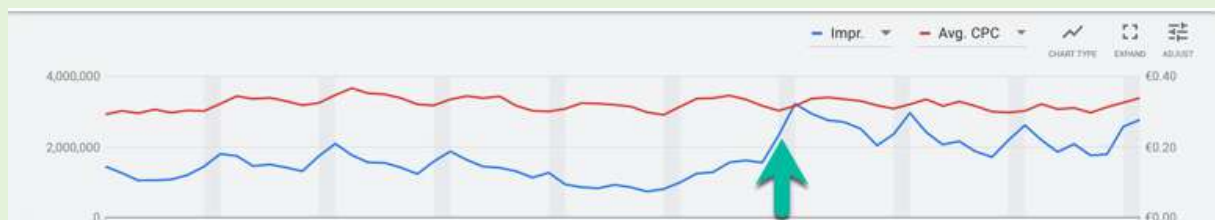
No solo dedicarás un mayor presupuesto publicitario invirtiendo lo mismo, sino que puedes mejorar tu competitividad en las subastas de espacios publicitarios al poder aumentar los CPC con los sistemas automáticos.

Dependiendo de tu estrategia de pujas podrás notar lo siguiente:

Caso 1: Más Impresiones

Si mantienes tus CPCs sin cambios, automáticamente se añade un 20% más de puja a la subasta. Esto implica un incremento efectivo en el número de clics sin elevar el presupuesto. Lo que debería resultar en un aumento del tráfico con un CPC medio similar

En el gráfico de abajo veremos un aumento en la cantidad de impresiones mostradas con el mismo presupuesto y cómo aumentan sin variar el CPC.



Caso 2: Menor CPC

Si reduces tus CPCs en un 20% justo al cambiar de socio de CSS. Esta estrategia mantendría la misma cantidad de puja en la subasta, pero disminuiría tu CPC medio, lo que probablemente te permitiría mantener el tráfico con una inversión menor.



Caso 3: Menor CPC, más impresiones y clics

Con este tipo de estrategia se pueden reducir las pujas en un 10%. Con esta medida, es posible que experimentes un aumento en el tráfico al mismo tiempo que reduces tu inversión.

Caso 4: PMAX, optimización automática

Con los sistemas automatizados es un poco menos evidente, pero lo más habitual es que bajen los CPC ligeramente y aumenten la cantidad de clics y tráfico.

0

4+

¿Qué **CSS Partner** escoger?

Dependiendo del sector de tu negocio, es posible que te pueda interesar unos CSS por encima de otros, debido a las herramientas extra de que pueden disponer.


Desde Invbit, tenemos una solución para ti, ya que nos encargamos de implementarlo y conseguirte las condiciones más ventajosas para ti.

Es importante que tengan las certificaciones de Google para asegurarte de que el CSS cumple todos los requisitos y serán eficientes para el mejor funcionamiento en Shopping Ads.


Algunos CSS recomendables para tener en cuenta son:


- *ProductHero*
- *Redbrain*
- *Adstrong*
- *Sho-parize*
- *Geniesshopping*
- *Sembot*
- *Delupe*
- *Kelkoo*

Si quieres más información, te dejamos un [listado completo de partners de Google](#) para que puedas echarle un vistazo.



PRODUCTHERO.com
Independent Premium CSS partner for Retailers & Agencies in all countries.





Más factores a tener en cuenta sobre los CSS Partners

La mayor parte de los partners ofrecen un mayor número de servicios o herramientas que pueden aportar más información para gestionar las campañas publicitarias en el canal Shopping o bien que ayuden a optimizar los feeds de producto.

Estos servicios o herramientas no están disponibles en todos los partners y tendrán un precio extra, normalmente a través de un plan premium o pro.

Destacan las herramientas de etiquetado de producto en el feed, esto es, se agrega una etiqueta en el feed que se envía a Google Ads con una clasificación de ese artículo en función de la cantidad de clics que recibe o ventas alcanzadas. Esta herramienta puede o no incluir un panel de monitorización.

->Invbit cuenta con sus propias soluciones ya incluidas en el servicio de gestión de campañas SEM.

Otra herramienta es la de recomendaciones de mejora de los títulos de producto con el objetivo de conseguir mejor indexación en Shopping.

-> Te recomendamos que lo revises junto a un experto en publicidad de Google Shopping cómo la Agencia de Marketing Digital Invbit.

Continuando con las herramientas que suelen incluir, se añaden páginas de tienda con tu producto y backlinks a tu página.

Los backlinks ayudan a mejorar el SEO, pero ten en cuenta que será contenido duplicado, ya que en esa tienda se publicará la misma información que se envía en el feed, por lo que no siempre es recomendable contratarlo. Consulta tu caso concreto con una Agencia Consultora SEO. Desde Invbit, no te recomendamos hacerlo sin un estudio previo.

Otras herramientas que pueden ofrecer estos partners son servicios de agencias publicitarias o gestores avanzados de feeds de producto, aunque estas medidas ya entran fuera de los planes mensuales y normalmente con precios elevados.

Desde Invbit, podemos asesorarte y recomendarte cuál es la mejor opción que se adapta a ti, pero por regla general debería ser suficiente con un plan "básico" y complementarlo con herramientas de gestión desde la agencia, ya que en Invbit disponemos de muchos de esos servicios y algunos de ellos de forma gratuita.

En nuestra opinión, muchos de esos servicios y herramientas extra, aunque útiles, con el tiempo serán implementados en Google Merchant Center por lo que deja de tener sentido pagar un extra por ellos a largo plazo.

Como sabes, en los últimos años la publicidad se ha ido encareciendo, de hecho, Google ha declarado un aumento de los precios de un 5% a finales del 2023. Cada año hay más empresas vendiendo online, aumentando la competitividad y profesionalización.

Desde **Invbit**, recomendamos usar todas las herramientas y oportunidades para mejorar la competitividad de tus anuncios e inversión, como son los comparadores de precios, objeto de este artículo.

Los CSS Partners son una opción de bajo coste que aumentan en un 25% la rentabilidad de tu inversión.

El 100% de tu inversión se consumirá en publicidad, dejando de pagar la comisión del 20% de Shopping Ads.

Desde Invbit, Agencia de Marketing Digital, te ayudamos a gestionar tus campañas.





Aprende más en invbit.com