

Katalog produktów Facebook 2020

digitalk

Czym jest katalog produktów na Facebooku?

Katalog produktów jest odzwierciedleniem asortymentu Twojego sklepu internetowego, ale nie tylko! To doskonała alternatywa dla osób, które nie posiadają sklepu na stronie internetowej, lecz chcą sprzedawać swoje produkty, ale o tym innym razem.

Przedstawię Ci teraz krok po kroku jak poprawnie utworzyć i wypełnić katalog produktów, który jest podstawą e-commerce na Facebooku oraz Instagramie.

Gdzie można utworzyć katalog produktów?

Opcja katalogu produktów jest dostępna wyłącznie dla stron firmowych.

Katalog można utworzyć na dwa sposoby.

Pierwszym miejscem, które to umożliwia, jest Menedżer firmy, drugim zaś Menedżer katalogów, który osobiście rekomenduję i dziś opiszę.

Tworzenie katalogu produktów w Menedżerze katalogów:

KROK 1

Przejdź do Menedżera katalogów - [kliknij tutaj](#).

KROK 2

Wybierz opcję **Utwórz katalog**, bądź [kliknij tutaj](#).

KROK 3

Wybierz odpowiednią dla siebie kategorię, w przypadku sklepu internetowego wybierz **Handel elektroniczny** i kliknij **dalej**.

KROK 4



Skonfiguruj ustawienia katalogu, wybierając sposób dodania produktów do katalogu. To jest ten moment, od którego wszystko zależy ;)

Jeśli jesteś posiadaczem sklepu na platformie takiej jak Shopify, Big Commerce, Magento, OpenCart czy WooCommerce możesz połączyć z nią swój katalog i skorzystać z automatycznego importu produktów bezpośrednio z platformy.

W innym przypadku, musisz dodać produkty samodzielnie i wybrać opcję **Prześlij informacje o produktach**.

Skonfiguruj ustawienia katalogu

W jaki sposób chcesz dodać produkty do katalogu?
Jeżeli korzystasz z obsługiwanej platformy e-handlu, połącz konto, aby automatycznie zaimportować produkty.

 <p>Prześlij informacje o produktach Dodaj produkty przy użyciu formularza, zestawienia danych lub piksela Facebooka.</p>	 <p>Połącz platformę handlu elektronicznego Automatycznie importuj produkty z platformy handlu elektronicznego.</p>
---	--

Kto jest właścicielem katalogu?
Select the business your catalog belongs to. If it doesn't belong to a business, select 'Personal'.

Nazwij swój katalog
Nadaj katalogowi unikatową nazwą, aby zidentyfikować go później.

Tworząc katalog, akceptujesz [Regulamin Menedżera katalogów](#) i poświadczasz przestrzeganie [Zasady zamieszczania reklam na Facebooku](#). Przejrzyj te zasady i upewnij się, że elementy przesyłane do katalogu nie powodują ich naruszenia.

Anuluj Wstecz **Utwórz**

Na tym etapie definiujesz również właściciela katalogu.

Tego parametru nie można później edytować, więc musisz przemyśleć czy wolisz, aby katalog nie był przypisany do firmy (wybierz wtedy pole Osobisty), czy był powiązany z konkretną firmą.

Ja rekomenduję drugą opcję, czyli **wybierz z listy firmę, do której będzie należeć katalog**. Katalog osobisty ma mniej zastosowań, chyba że połączysz go później z firmą, co czasem może być problematyczne.

Ostatnim parametrem, jakim musisz się na tym etapie zająć, jest nazwa katalogu. Wprowadź nazwę dzięki, której później łatwo rozpoznasz ten katalog. Rekomenduję dopisanie w nazwie katalogu, nazwy firmy, do której będzie on należeć.

Jeśli wykonałeś powyższe elementy, kliknij **Utwórz**.



Pamiętaj, że przechodząc dalej, akceptujesz zasady Facebooka, z którymi warto, abyś się wcześniej zapoznał:

- [Regulamin Menadżera katalogów](#)
- [Zasady zamieszczania reklam na Facebooku](#)

BRAWO! Utworzyłeś właśnie w 4 prostych krokach nowy katalog produktów, ale to był wierzchołek góry lodowej ;) Czas na dalsze kroki.

Jak dodać produkty do katalogu?

Masz do wyboru kilka opcji dodawania produktów do katalogu. To jaki powinieneś wybrać, zależy tak naprawdę od danych, jakimi dysponujesz. Istotna jest wielkość asortymentu oraz częstotliwość jego zmian.

Metody samodzielnego dodawania produktów do katalogu:

Każda z tych metod ma swoje plusy i minusy, osobiście rekomenduję wgranie feedu produktowego i ustawienie jego automatycznego odświeżania. Sam zdecyduj, która metoda jest dla Ciebie optymalna:

Ręczne dodawanie produktów do katalogu sprawdzi się gdy:

- masz mało produktów,
- rzadko usuwasz / dodajesz produkty,
- nie musisz często sprawdzać stanu dostępności poszczególnych produktów.

Zajrzyj na
bloga digitalk



Zobacz »

+ PLUSY

nie wymaga wcześniejszego przygotowywania plików, czy linków, musisz posiadać jedynie wymagane dane i zdjęcie produktu.

- MINUSY

czasochłonna metoda, gdyż każdy produkt i jego informacje musisz dodawać pojedynczo i za każdym razem musisz ręcznie aktualizować asortyment.

W **Menadżerze reklam** z menu przejdź do zakładki **Źródła danych produktów**. Kliknij **“Dodaj produkty”**, wybierz opcję **Dodaj ręcznie** i przejdź dalej.

Wprowadź teraz zdjęcie, nazwę i inne dane produktu. Pamiętaj, że jeśli chcesz używać tego produktów w reklamach dynamicznych, musisz wprowadzić **identyfikator zawartości**. Identyfikator ten musi być taki sam jak identyfikatorowi zawartości tego produktu w zdarzeniu Pixela. Na koniec wybierz odpowiednią walutę, wpisz ręcznie cenę i gotowe!

Przesyłane pliku zestawienia danych możesz wykonać: przesyłając gotowy plik (CSV, TSV, XML) lub używając linku z feedem produktowym - ta metoda sprawdzi się gdy:

- masz więcej niż 40 / 50 produktów
- często dodajesz / usuwasz produkty
- istotny jest stan dostępności produktów, który często się zmienia

+ PLUSY

umiarkowanie trudna metoda, pasuje do każdego typu asortymentu, jest najbardziej uniwersalna i daje najwięcej możliwości

- MINUSY

wymaga wcześniejszego przygotowania pliku lub wygenerowania linku.

Opcja 1. Prześlij plik

W **Menadżerze reklam** z menu przejdź do zakładki **Źródła danych produktów**. Kliknij **“Dodaj produkty”**, wybierz opcję **Używaj zestawień danych** i przejdź dalej. Wybierz **Prześlij plik** i przejdź dalej.

Pojawi się pole, w które możesz wstawić wcześniej przygotowany plik w jednym z następujących formatów: CSV, TSV, RSS lub ATOM XML. W tym miejscu Facebook umożliwia Ci także pobranie w danym formacie szablonu takiego pliku.

Pamiętaj, że zestawienie musi posiadać wszystkie wymagane kolumny, nazwy kolumn powinny być wprowadzone dokładnie tak, jak podano to w specyfikacjach, a każdy produkt musi mieć własny wiersz. W przeciwnym razie nie uda się przesłać poprawnie pliku!

Przed przesłaniem pliku, możesz go sprawdzić klikając tutaj. Po dodaniu pliku i jego weryfikacji przejdź dalej. Gotowe!

Opcja 2. Zaplanowane zestawienie

W **Menadżerze reklam** z menu przejdź do zakładki **Źródła danych produktów**. Kliknij **“Dodaj produkty”**, wybierz opcję **Używaj zestawień danych** i przejdź dalej. Wybierz **Zaplanowane zestawienie** i przejdź dalej.

Teraz wprowadź adres linku, który zawiera zestawienie produktów z Twojego sklepu, jeśli jest on zabezpieczony, wprowadź nazwę użytkownika oraz hasło, jeśli nie, pozostaw te pola puste i przejdź dalej.

W tym kroku możesz ustawić częstotliwość odświeżania się danych w katalogu. Jeśli często zmienia się Twój asortyment, możesz ustawić opcję codziennie, a nawet co godzinę! Przejdź dalej i w kolejnym kroku nadaj nazwę tego źródła danych (może być dowolna) oraz wybierz z listy walutę. Gotowe!

Ta metoda jest moją ulubioną i najczęściej ją stosuję. Jest bardzo wygodna, pod warunkiem, że wcześniej przygotowany link jest wykonany poprawnie :)

Dodawanie pozycji do katalogu przy pomocy piksela sprawdzi się gdy:

- masz więcej niż 40 / 50 produktów
- często dodajesz / usuwasz produkty
- istotny jest stan dostępności produktów, który często się zmienia

+ PLUSY

produkty dodają się automatycznie i nie trzeba nic samemu odświeżać asortymentu, Pixel robi to automatycznie

- MINUSY

wbrew pozorom, ta metoda nie jest prosta. Często pojawiają się czasochłonne w rozwiązaniu problemu. Istnieje ograniczona możliwość dodawanego asortymentu, a dodane tą metodą produkty, mogą być używane tylko przy wyświetlaniu reklam.

Zanim zaczniesz, upewnij się, że na witrynie masz poprawnie zaimplementowany Pixel oraz dobierane mikrodane, dodatkowo Pixel powinien odebrać aktywność w przeciągu ostatnich 7 dni.

Jeśli wszystko jest w porządku, w **Menadźerze reklam** z menu przejdź do zakładki **Źródła danych produktów**. Kliknij **“Dodaj produkty”**, wybierz opcję **Połącz piksele Facebooka**, wybierz Pixel, który chcesz połączyć i przejdź dalej. W kolejnym kroku wybierz **Dodaj zaufane witryny** i wprowadź adres domeny (bez www, http czy https), na której masz produkty i przejdź dalej. Teraz ustaw odpowiednią walutę w formacie ISO, czyli dla Polski będzie to PLN i przejdź dalej. Gotowe!



Pamiętaj, że konfiguracja i pobranie produktów może potrwać nawet 24 godziny. Od teraz katalog będzie się automatycznie aktualizował za każdym razem, gdy użytkownik wejdzie w interakcję z produktem na stronie www, co może czasem porwać nawet 15 minut.

Jak utworzyć zestaw produktów w Katalogu?

Posiadając Katalog produktów, możesz wewnątrz niego tworzyć Zestawy produktów. Reklamy wtedy będą jeszcze bardziej spersonalizowane, a wyświetlane treści spójne.

To bardzo praktyczne rozwiązanie, zwłaszcza gdy sprzedajesz przedmioty z różnych kategorii. Możesz utworzyć zestaw wyłącznie z ubraniami dla kobiet, a osobny dla mężczyzn, bądź osobne zestawy dla każdej marki. Możliwości jest tak wiele, ile masz pomysłów i potrzeb!



Dzielimy się wiedzą o digital marketingu

LIVE z Q&A
w każdy
CZWARTEK
o 15:00

[Zobacz »](#)



KROK 1

Będąc w **Menadźerze katalogów** z menu wybierz **Zestaw produktów** i kliknij **“Utwórz zestaw produktów”**.

KROK 2

Wpisz nazwę zestawu. Nie będzie ona w żaden sposób widoczna dla użytkowników, więc możesz tu wpisać dowolną treść. Rekomenduję taką nazwę, która w jasny sposób sygnalizuje, co zawiera ta grupa produktów. Przykładowo: Sukienki wieczorowe.

KROK 3

Teraz masz możliwość dowolnego sortowania danych, tak by uzyskać zestaw wyłącznie z wybranymi przez Ciebie produktami.

To ostatni i zarazem najtrudniejszy krok. Do wyboru masz wiele zmiennych, a ich użycie zależy od tego, co chcesz wysortować. Możesz dodawać także kilka filtrów jednocześnie, pamiętaj, aby zaznaczyć wtedy **Wszystkie**, jeśli chcesz, aby produkt z tego zestawu spełniał każde Twoje kryterium.

Utwórz zestaw produktów

Create a product set using filters to better control which products appear in your ads. [Dowiedz się więcej](#)

Nazwa

Dopasuj pozycje zgodnie z następującymi regułami (**Wszystkie**):

Kategoria **dowolne z wymienion...** Wprowadź kategorię

Dodaj kolejny **Wybierz**

Przykładowo, chcesz zebrać wszystkie produkty, które w swojej nazwie mają słowo “wieczorowa” i są konkretnej marki. W dopasowaniu, w pierwszym polu wybierz **Marka**, w kolejnym zmień na **zawiera** i wtedy w pustym polu wpisz nazwę marki. Dodaj kolejny filtr i w nim ustaw w pierwszym polu Name, w kolejnym zmień na zawiera, a w pustym polu wpisz **wieczorowa**. Gotowe!



Pamiętaj, że to jakie wyniki zostaną zwrócone, zależy od ustawionych przez Ciebie nazw i innych danych produktów w twoim sklepie, bądź pliku z produktami.

Być może nie masz w nazwach słów, które pokrywają się w wielu produktach i nie możesz skorzystać z mojego przykładu, ale to nic!

Masz do wyboru wiele filtrów, z pewnością przynajmniej jeden z nich będzie dla ciebie odpowiedni - ważne jest, abyś odszukał wspólny mianownik produktów i go ustawił w tych filtrach.

Jakie warunki muszą spełnić produkty, by mogły być zaakceptowane i używane do reklam?

Jeśli chcesz mieć pewność, że Twoje produkty będą się dobrze prezentować w reklamach i nie zostaną zablokowane, musisz:

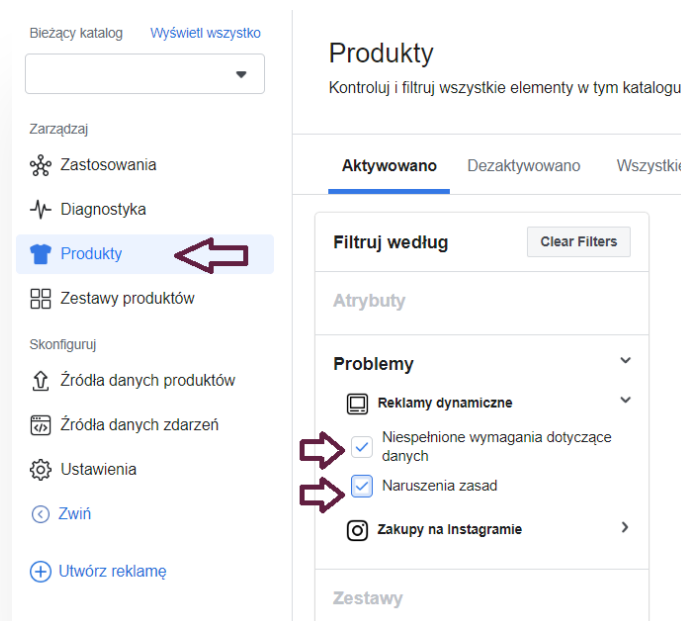
- **przestrzegać zasady**, że maksymalnie 20% powierzchni grafiki może zajmować tekst (grafikę możesz sprawdzić klikając tutaj), wyjątek mogą stanowić produkty, które mają na sobie treść jak np. okładki książek
- **posiadać grafiki produktów** w formacie kwadratowym (1:1) - koniecznie dopilnuj, aby były dobrej jakości (najlepiej 1200x1200 px)
- **unikać na grafikach treści zakazanych** przez Facebooka, jak przykładowo eksponowane gołe ciało czy przemoc. Szczegółowe zakazy znajdziesz klikając tutaj - zakładka Materiały zabronione.
- **mieć pewność**, że produkty posiadają zdefiniowane wszystkie wymagane dane

Jak sprawdzić, czy wszystkie produkty są zaakceptowane?

Pamiętaj, aby regularnie sprawdzać produkty wewnątrz swojego katalogu, czy nie zostały one w międzyczasie zablokowane! Taka sytuacja może pojawić się za każdym razem gdy odświeżasz produkty wewnątrz katalogu, jak i ot, tak, bo algorytm zwrócił uwagę na dany produkt.

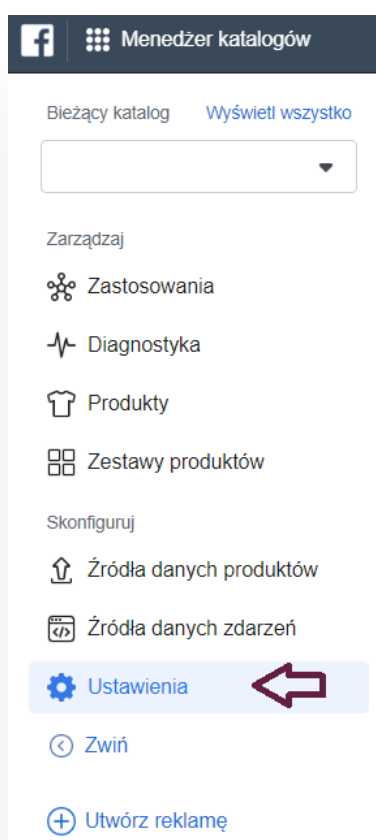
Monitorując w ten sposób produkty, masz pewność, że w reklamach są one widoczne - jeśli nie będziesz tego robić, może okazać się, że od kilku tygodni z kilku tysięcy produktów w reklamach wyświetlasz połowę z nich! Duży błąd i strata.

Poprzez **Menadżer katalogów** wejdź w konkretny swój katalog produktów. Następnie z widocznej listy wybierz obszar **Produkty** i w filtrach rozwiń pole **Problemy**. Tam zaznacz interesujący Ciebie parametr, który mógł spowodować odrzucenie produktu jak naruszenie zasad, bądź brak wymaganych danych.



Ustawienia Katalogu produktów:

W kolejnym kroku zajmij się ustawieniami katalogu. Połącz piksel, zdefiniuj domyślny kraj i język, a jeśli posiadasz profil firmowy na Instagramie, również połącz z nim swój katalog!



Łączenie katalogu produktów z Pixelem

Ta integracja pozwoli Ci monitorować aktywność dotyczącą produktów, przez co w bardziej efektywny sposób zarządzać reklamami, zwłaszcza dynamicznymi!

W sekcji Źródła zdarzeń kliknij "Połącz, aby monitorować" i wybierz źródło zdarzeń, z którym chcesz połączyć katalog. Pamiętaj, że będziesz mógł połączyć Katalog produktów tylko z Pixelem, który należy do tego samego Menadżera firmy!

Ustawianie domyślnego języka i kraju

Ustawiając ten parametr, będziesz mieć możliwość wyświetlania reklam i umiejscowień zakupów, na podstawie informacji o asortymencie w preferowanym języku odbiorców i przy użyciu danych specyficznych dla kraju, takich jak waluta. Kliknij "Edytuj" i wybierz z listy odpowiedni kraj i język. Uwaga, możesz wybrać tylko jedną pozycję z każdej listy.

Łączenie Katalogu produktów z Instagramem

Z tej opcji możesz skorzystać, jeśli posiadasz profil firmowy na Instagramie. Dzięki tej integracji będziesz mógł w postach i relacjach na IG oznaczać produkty z katalogu. Wcześniej jednak, zanim to będzie możliwe, profil i tak musi przejść weryfikację pod kątem zatwierdzenia zakupów na Instagramie. Możesz to wykonać klikając [tutaj](#).

Jakie korzyści płyną z posiadania Katalogu produktów?

Prawdą jest, że jeśli posiadasz sklep i chcesz sprzedawać swoje produkty na FB i IG, to Katalog produktów jest dla Ciebie niezbędny.

Dzięki niemu możesz:

- tworzyć w remarketingu reklamy dynamiczne, które będą wyświetlać użytkownikom konkretne produkty, które oglądali lub przykładowo dodali do koszyka, ale nie kupili. To jest tak naprawdę najcenniejsza wartość płynąca z posiadania Katalogu produktów, dzięki której zdecydowanie zwiększysz sprzedaż produktów
- oznaczać produkty w postach i relacjach zarówno na Facebooku jak i na Instagramie docierając w ten sposób do użytkowników kolejnym sposobem. Takie oznaczenie umożliwia użytkownikowi zobaczenie ceny i opisu produktu oraz w wygodny i szybki sposób przejście do zakupu

- wyświetlać asortyment z katalogu bezpośrednio na sklepie (zamieszczonym na Facebooku!). Sekcję sklepu możesz zamieścić na swojej stronie w głównym menu, a nawet ją przesunąć na jedną z pierwszych pozycji, aby bardziej zachęcić fanów do odwiedzenia tej zakładki.

Z posiadania **Katalogu produktów** płynie jeszcze jedna korzyść - możesz go wykorzystywać przy tworzeniu **Kolekcji**. Jednym kliknięciem wybierając dany katalog, a nawet zestaw produktów z tego katalogu, możesz w całości wypełnić Kolekcję, również w sposób dynamiczny. To bardzo wygodne i szybkie rozwiązanie, oraz alternatywa dla remarketingowej karuzeli ;)

Jak usunąć niechciany Katalog produktów?

W **Menadżerze reklam** przejdź do konkretnego katalogu, który chcesz zgłosić do usunięcia. Następnie po lewej stronie z listy przejdź do sekcji **Ustawienia**. Na samym dole pojawi się możliwość usunięcia katalogu. Teraz wystarczy, że klikniesz **“Usuń”**.

Pamiętaj jednak, że usunięcie tego katalogu spowoduje usunięcie całej jego zawartości! Z tego powodu, automatycznie wszystkie reklamy korzystające z tego katalogu przestaną być wyświetlane. Ponadto, przestaną być widoczne produkty z tego katalogu w Marketplacem, ofertach i zakupach na Instagramie! **Wszystkie te zmiany są nieodwracalne, dlatego przemyśl, czy aby na pewno chcesz usunąć dany katalog.**

T o w s z y s t k o !

Jeśli masz więcej pytań, napisz do nas na [Facebooku](#) bądź [LinkedInie](#). Zapraszamy także do odwiedzenia naszej [strony www](#)!

Digitalk tworzą specjaliści z całej Polski! To prawdziwi pasjonaci zajmujący się Social Media & PPC Marketingiem zarówno w obszarze B2B jak i B2C. To również doskonali contentowcy! Dzięki bogatemu doświadczeniu i szerokiej wiedzy generują realne wyniki w postaci zwiększenia ilości sprzedaży produktów bądź usług, podniesienia wartości koszyka czy uzyskania większej liczby gotowych leadów!

WSPÓŁPRACA

Zapraszamy do kontaktu

mateusz@digitalk.pl