

Guía de expansión de productos y servicios del directorio de colaboradores

¡Ahora se han agregado los productos y servicios incluidos en el [directorio de colaboradores de Amazon Ads](#), ampliando a 12 las líneas de pedido de producto y a 38 las líneas de pedido de servicio. Estos son los principales aspectos que necesitas saber:



Ahora admitimos todos los productos presentes en Amazon Ads

En los ámbitos de experiencias de compra de marca, tecnología publicitaria y productos publicitarios de Amazon.



A partir de ahora, los servicios se clasifican en cinco categorías principales

Se trata de: planificación y compra de medios, retail, experiencia creativa y de marca y medición, entre otros.



Más opciones de servicios de materiales creativos y de medición

Los listings anteriores de "experiencia creativa y de marca" y "medición y atribución" se han dividido en categorías.



Se han perfeccionado los elementos existentes

Por ejemplo, "gestión de campañas" pasa a ser "gestión y optimización de campañas".



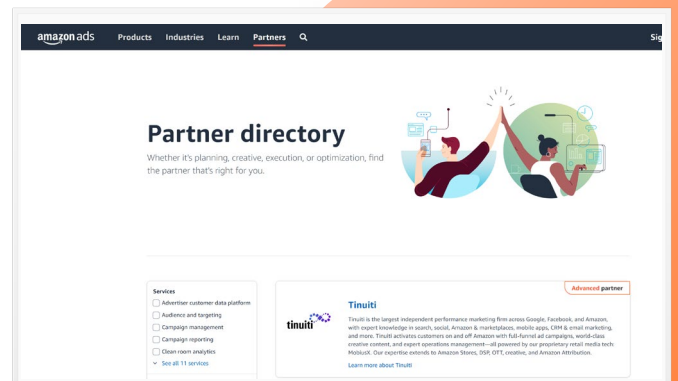
Se han añadido nuevos servicios en las categorías originales

Por ejemplo, se añadirá "supervisión de campañas" en la categoría "planificación y compra de medios".

¿Qué es el directorio de colaboradores de Amazon Ads?

El directorio de colaboradores de Amazon Ads incluye una lista de colaboradores que disponen de herramientas y ofertas que pueden ayudar a los anunciantes como tú a alcanzar sus objetivos comerciales y a conectar con las audiencias de Amazon de manera significativa.

Estas actualizaciones pueden ayudarte a encontrar fácilmente un colaborador adecuado para ti.



Definiciones de productos y servicios del directorio de colaboradores (septiembre de 2022)

Aquí encontrarás información sobre las definiciones de los productos. A continuación, se muestran las definiciones de

Planificación y compra de medios

Configuración de una campaña	Funciones y servicios para crear tus campañas que incluyen: recomendaciones de presupuesto, palabras clave y productos, previsión de campañas y herramientas de creación de campañas.
Gestión y optimización de campañas	Funciones y servicios que te ayudan a gestionar y optimizar tus campañas, que incluyen: optimizaciones de pujas, gestión de presupuestos y actualizaciones en la segmentación por productos y palabras clave.
Supervisión de campañas	Supervisa tus campañas con ayuda de alertas para saber si te estás quedando sin inventario o sin presupuesto. Supervisa el estatus de tus ofertas destacadas y listings.
Análisis de datos e informes de campañas	Elabora informes y paneles de control para comprender el rendimiento de tus campañas de Amazon Ads.
Captación y gestión de audiencias	Servicios y soluciones que te ayudan a aprovechar percepciones y señales de compra exclusivas de las audiencias más relevantes en Amazon y otros canales de venta, y conectar con ellas.

Retail

Investigación de productos	Examina productos potenciales a partir de criterios tales como la demanda de los clientes, lo que permite tomar un mayor número de decisiones de aprovisionamiento basadas en datos.
Gestión de inventarios y pedidos	Automatiza tu gestión de pedidos en Amazon y sincroniza los niveles de inventario en todos tus sistemas.
Configuración y optimización de la página de detalles del producto	Gestiona los listings de productos de Amazon con herramientas y servicios que ayudan a catalogar nuevos productos y ofertas, optimizar tu catálogo y reducir los errores humanos. Incluye funciones como: Contenido A+, imágenes y traducción de listings para escalar tu negocio a nivel mundial.
Contenido A+	Añadir funciones y descripciones pormenorizadas de los productos a tus páginas de detalles del producto puede ayudar a aumentar la conversión. Solo las marcas registradas en Brand Registry de Amazon pueden añadir contenido A+.
Configuración y optimización de Store	Crea, analiza y optimiza tu Amazon Store para mostrar tu marca y tus productos por medio de una experiencia de compra inmersiva de varias páginas.
Estrategia de ventas y precios	Mantén tus precios siempre competitivos con ayuda de herramientas que automaticen la fijación de precios de tus productos, en función de las reglas de tu empresa.

Experiencia creativa y de marca

Fotografías del producto	Fotografías tomadas por fotógrafos profesionales que añaden contexto y emotividad al producto.
Vídeos instructivos	Explicaciones detalladas de las funciones del producto, su utilización y los beneficios que aporta al cliente.
Vídeos de estilo de vida	Contenido que muestra el producto en un contexto cotidiano e intenta transmitir una historia emotiva e inspiradora.

Definiciones de productos y servicios del directorio de colaboradores (septiembre de 2020)

Experiencia creativa y de marca

Vídeos animados	Por lo general, vídeos estilo dibujos animados con alguna ilustración gráfica.
Anuncios de televisión (15 y 30 segundos)	Historias con guiones producidas profesionalmente con actores contratados, generalmente filmadas en directo con bandas sonoras y elementos visuales autorizados.
Anuncios de audio	Narraciones de audio grabadas por actores contratados que se utilizan en anuncios para servicios de streaming y radio.
Experiencia de marca	La experiencia digital integral de una marca o producto en experiencias de escritorio y de aplicación, generalmente transmitida

Medición

Análisis de datos de sala limpia	Utiliza señales agregadas y seudonimizadas almacenadas en Amazon Marketing Cloud bajo estrictos controles de privacidad para permitir la obtención de mediciones y percepciones sin vulnerar la privacidad de los usuarios.
Desarrollador de sala limpia	Ofrece servicios de desarrollo personalizados, además de las API de Amazon Marketing Cloud, para automatizar la generación de percepciones, la optimización de las audiencias de las campañas y el lanzamiento de campañas publicitarias.
Integración de sala limpia	Proporciona software para integrar señales de audiencia agregadas y seudonimizadas de Amazon Marketing Cloud para planificar campañas, gestionar audiencias, elaborar informes y generar percepciones.
Plataforma de datos de clientes del anunciante	Agrega y unifica señales de audiencia propias procedentes de múltiples fuentes en nombre de los anunciantes, a fin de construir una visión única, coherente y completa para los casos de uso de alcance y medición de las campañas.
Atribución multitáctil	Técnica de medición de la eficacia del marketing que asigna un crédito a cada uno de los puntos de contacto en el proceso de compra del cliente, y que permite a un vendedor medir el impacto de cada canal en una venta.
Atribución de dispositivos móviles y aplicaciones	Guarda, organiza y visualiza los datos de rendimiento de los dispositivos móviles y las aplicaciones para ofrecer a los profesionales del marketing una visión unificada del rendimiento de campaña, para todos los canales y colaboradores.
Medición de audio	Contempla varias métricas para cuantificar el alcance y la eficacia de la publicidad de audio (por ejemplo, impresiones/oyentes, cuartiles o escucha completa).
Medición de vídeo	Permite medir: Alcance y frecuencia, extensión del alcance, resultados y audiencias de las campañas de TV, TV por streaming y vídeo
Medición de audiencia	Mide la visibilidad y el alcance de las audiencias que ven y oyen hablar de la marca tras la publicación del anuncio.
Verificación de audiencia	Permite a los anunciantes conocer, a nivel global, la composición demográfica (por ejemplo, edad, nivel de estudios, rango del HHI, etc.) de la audiencia que ve sus anuncios.
Medición de la marca	Proporciona análisis de datos y percepciones sobre la marca para ayudar a tomar decisiones informadas y estratégicas sobre la cartera de productos y las actividades de marketing y publicidad.
Protección de la marca	Proporciona un conjunto de medidas cuyo objetivo es proteger a las marcas para que no aparezcan junto a contenido arriesgado o en entornos inadecuados.

Definiciones de productos y servicios del directorio de colaboradores (septiembre de 2022)

Medición

Herramientas de inteligencia comercial y de marketing	Recopila, procesa y visualiza los datos no estructurados de sistemas internos y externos.
Conectores de datos	Conecta los datos de rendimiento procedentes de varias fuentes, los transforma en un formato o estructura con fines de consulta y análisis, y los muestra en una interfaz o bien los transfiere a otro destino.
Medición del rendimiento de retail	Permite un rendimiento competitivo del retail por medio de percepciones y métricas de estanterías digitales.
Estudios de mercado	Servicios que generan información a partir de fuentes de datos gestionadas y que permiten a los responsables de marketing tomar decisiones relacionadas con el lanzamiento de productos y material creativo.
	Método estadístico para determinar la eficacia y el impacto de las

Otros

Integración de datos	Brinda soluciones para integrar señales de clientes gestionadas por el anunciante con Amazon AdTech, para obtener mejores informes y percepciones de la audiencia.
Formación	Brinda programas de formación/capacitación y cursos online y offline en relación con Amazon Ads; entre otros, Sponsored Ads, Amazon DSP, Amazon Attribution, Stores y Posts.

Preguntas frecuentes

¿Por qué debería contar con un colaborador?

Trabajar con un colaborador de Amazon Ads puede ayudarte a desarrollar tu negocio en Amazon y a profundizar en Amazon Ads.

¿Cómo puedo encontrar un colaborador en el directorio de colaboradores?

Te recomendamos utilizar los filtros de la barra de navegación lateral de la página del directorio de colaboradores. Actualmente, puedes filtrar por criterios de "producto", "servicio", "gasto mensual mínimo", "país" y "ubicación de la oficina".

Si me interesa un colaborador, ¿cómo debo proseguir?

Una vez que encuentres un colaborador en el directorio de colaboradores, haz clic en su listing para ver su perfil. Allí encontrarás una descripción detallada de su empresa, sus servicios, precios generales, un botón de contacto y un enlace para acceder a su sitio web. Te recomendamos que te comuniques con el colaborador para obtener más información.

¿Qué es un colaborador avanzado o verificado?

Los colaboradores que poseen un distintivo de colaborador verificado o avanzado en su listing del directorio de colaboradores son aquellos que han cumplido con los requisitos necesarios para obtener ese estatus. Otorgamos el estatus de colaborador en función de la experiencia demostrada, el compromiso con Amazon Ads y el crecimiento obtenido por los anunciantes.