

M E D I A C O M 8 7

Export Google

Kanały produktowe dla Google Merchant Center

Moduł PrestaShop - zgodny z PrestaShop od 1.6.0.4 do 9.x

Dokumentacja użytkownika - Mediacom87

Spis treści

1. Prezentacja i wymagania wstępne

2. Instalacja

3. Konfiguracja krajów, języków, walut i przewoźników

4. Wybór eksportowanych produktów i mapowanie kategorii Google

5. Opcje kanału

6. Niestandardowe etykiety dla Google Ads

7. Generowanie kanałów i zgłaszanie adresów URL w Merchant Center

8. Automatyzacja za pomocą CRON

9. Zabezpieczanie kanałów

10. Kanał promocji

11. Zakładka Diagnostyka

12. Rozwiązywanie najczęstszych problemów

13. Licencja i wsparcie

Jak czytać ten dokument Nazwy podane w cudzysłowie odpowiadają etykiетom widocznym w module. Zakładki znajdują się w lewej kolumnie strony konfiguracji. Procedury są ponumerowane: należy wykonywać je po kolei.

1. Prezentacja i wymagania wstępne

1.1 Do czego służy moduł

Export Google buduje kanały produktowe wymagane przez Google Merchant Center na podstawie katalogu PrestaShop. Tworzy jeden kanał dla każdej pary kraj plus język i utrzymuje je w aktualnym stanie automatycznie, przez CRON.

Ceny, podatki, przewoźnicy, kategorie i atrybuty opcjonalne konfiguruje się osobno dla każdego kraju. Każda para kraj-język ma własny plik XML i własny adres URL dla CRON.

1.2 Zasięg geograficzny

- **71 krajów:** te, w których Zakupy Google są oficjalnie dostępne.
- Każdy kraj otrzymuje taksonomię produktów Google we własnej wersji językowej.
- Jeden kraj może obsługiwać kilka języków. Przykłady: Belgia w języku francuskim, niderlandzkim i niemieckim; Szwajcaria w języku francuskim, niemieckim i włoskim.

Warto wiedzieć Moduł proponuje wyłącznie kraje, w których Zakupy Google rzeczywiście działają. Zgłoszenie kanału dla kraju nieobsługiwanego przez Google zakończyłoby się odrzuceniem w Merchant Center.

1.3 Zgodność

Element	Wspierane
PrestaShop	od 1.6.0.4 do 9.x, w tym ThirtyBees
PHP	od 5.6 do 8.3 i nowsze
Wiele sklepów	Tak. Konfiguracja, kanały i adresy URL dla CRON osobno dla każdego sklepu
Języki interfejsu	18: angielski, bułgarski, duński, estoński, fiński, francuski, grecki, hiszpański, japoński, niderlandzki, niemiecki, polski, portugalski, rumuński, słowacki, szwedzki, węgierski, włoski

Moduł sam wykrywa wersję PrestaShop i dostosowuje do niej swoje szablony oraz skrypty.

1.4 Wymagania wstępne

- **Konto Google Merchant Center.** Moduł tworzy i publikuje kanały; konfiguracja samego konta Merchant Center pozostaje po Państwa stronie.
- **Waluty i przewoźnicy**, których zamierzają Państwo przypisać do krajów, muszą być aktywni w konfiguracji PrestaShop.
- **Wybrane języki** muszą być zainstalowane i aktywne w *Międzynarodowe > Lokalizacja > Języki*.
- **Sposób uruchamiania zadania cyklicznego:** crontab serwera, panel hostingu lub usługa webCron.

1.5 Zakładki modułu

Konfiguracja jest podzielona na 14 zakładek.

Zakładka	Rola
Kraje	Kraje docelowe, a dla każdego z nich: język lub języki, waluta, przewoźnik, podatki
Konfiguracja	Zawartość kanału, zdjęcia, nazwa pliku, bezpieczeństwo, kompresja, partia eksportu
Elementy opcjonalne	Dodatkowe atrybuty wysyłane do Google (GTIN, marka, waga, koszty wysyłki, UTM)
Niestandardowe atrybuty etykiet	Niestandardowe etykiety od 0 do 4 dla Google Ads
Kategorie	Włączanie i wyłączanie kategorii, przypisanie taksonomii Google
Plik danych	Generowanie ręczne, adres URL dla Google, pobieranie pliku, odnowienie klucza
Cron	Gotowe do skopiowania adresy URL i polecenia automatyzujące generowanie
Promocje	Osobny kanał dla kuponów rabatowych
Diagnostyka	Audyt zdjęć, raport jakości kanału, indeksy bazy danych
FAQ	42 pytania w 9 tematach, wszystkie odpowiedzi widoczne bez rozwijania
Informacje i wsparcie	Wersja, zgodność, przycisk Kontakt
Licencja	Rejestracja i status licencji Mediacom87
Polityka bezpieczeństwa	Zobowiązania modułu dotyczące bezpieczeństwa

Changelog	Historia wersji, przetłumaczona
-----------	---------------------------------

Zakładki warunkowe Zakładki **Plik danych** i **Cron** pojawiają się dopiero po skonfigurowaniu i zapisaniu co najmniej jednego kraju. Zakładka **Niestandardowe atrybuty etykiet** pojawia się tylko wtedy, gdy sklep ma co najmniej jedną cechę produktu.

2. Instalacja

2.1 Instalowanie modułu

1. W panelu administracyjnym otwórz **Moduły**.
2. Kliknij **Wczytaj moduł** (lub **Dodaj nowy moduł**, zależnie od wersji PrestaShop).
3. Wskaż archiwum ZIP modułu i rozpocznij przesyłanie.
4. Kliknij **Zainstaluj**.
5. Kliknij **Konfiguruj**, aby otworzyć stronę modułu.

2.2 Co instalacja robi, a czego nie robi

- **Żadna natywna tabela PrestaShop nie jest modyfikowana.** Moduł tworzy własne tabele.
- **Żadnego odwołania do usługi zewnętrznej z panelu administracyjnego.** Biblioteka tabel jest wbudowana w moduł: panel działa bez dostępu do internetu i nic nie jest pobierane od podmiotów trzecich.
- W katalogu eksportu modułu zapisywany jest plik `.htaccess`, który blokuje listowanie katalogu i dostęp do kanałów w trakcie zapisu.

2.3 Ścieżka konfiguracji w skrócie

1. Zakładka **Kraje**: zaznacz kraje, ustaw język, walutę, przewoźnika i podatki, a następnie zapisz.
2. Zakładka **Konfiguracja**: wybierz zawartość i format kanału, w razie potrzeby włącz ochronę adresu URL i kompresję.
3. Zakładka **Elementy opcjonalne**: włącz dodatkowe atrybuty przydatne dla Twojego katalogu.
4. Zakładka **Kategorie**: wyklucz kategorie, których nie chcesz eksportować, i przypisz taksonomię Google.
5. Zakładka **Plik danych**: wygeneruj pierwszy kanał i zapisz jego adres URL.
6. Zgłoś ten adres URL w Google Merchant Center jako **zaplanowane pobieranie**.
7. Zakładka **Cron**: zaplanuj automatyczne generowanie.

3. Konfiguracja krajów, języków, walut i przewoźników

Wszystko zaczyna się w zakładce **Kraje**. Dopóki żaden kraj nie jest skonfigurowany, nie da się wygenerować kanału.

3.1 Wybór krajów docelowych

1. Otwórz zakładkę **Kraje**.
2. Na liście **Kraje**, do których można eksportować Zakupy Google zaznacz wybrane kraje.
3. Dla każdego zaznaczonego kraju w bocznej kolumnie zakładek pojawia się blok konfiguracji.
4. Kliknij **Zapisz ustawienia**.

3.2 Ustawienia każdego kraju

Dla każdego zaznaczonego kraju należy uzupełnić cztery ustawienia.

Ustawienie	Co warto wiedzieć
Języki powiązane z kanałem	Język lub języki kanału dla tego kraju. Każdy język tworzy osobny plik XML i osobny adres URL dla CRON.
Podatki	Podatek wliczony w cenę lub Podatek bez VAT . Ustawienie musi odpowiadać temu, co sklep pokazuje odwiedzającym z danego kraju.
Waluta	Waluta kanału dla tego kraju. Musi być aktywna w PrestaShop i zgodna z oczekiwaniami Merchant Center.
Przewoźnik	Przewoźnik użyty do obliczenia deklarowanych kosztów wysyłki. Nieaktywni przewoźnicy są na liście odpowiednio oznaczeni.

3.3 Dodawanie kilku języków do jednego kraju

Niektóre kraje wymagają kanałów w kilku językach, na przykład Belgia.

1. W bloku danego kraju znajdź listę rozwijaną języka.
2. Kliknij **Dodaj język**, aby dodać kolejny wiersz.
3. Wybierz język z nowej listy rozwijanej.
4. Powtórz czynność dla każdego dodatkowego języka, a następnie zapisz.

Warto wiedzieć Na liście pojawiają się tylko języki zainstalowane i aktywne w *Międzynarodowe > Lokalizacja > Języki*. Jeśli brakuje któregoś języka, najpierw zainstaluj go w PrestaShop.

Dobry nawyk Sprawdź, czy waluta i przewoźnik są aktywni w PrestaShop, zanim wybierzesz ich tutaj. Nieaktywna waluta daje w kanale niespójne ceny.

4. Wybór eksportowanych produktów i mapowanie kategorii Google

Wszystko odbywa się w zakładce **Kategorie**, która pokazuje pełne drzewo kategorii PrestaShop.

4.1 Włączanie i wyłączanie kategorii

1. Otwórz zakładkę **Kategorie**.
2. W kolumnie **Do eksportu** każda kategoria ma zielony znaczek (eksportowana) albo czerwony znak zakazu (wykluczona).
3. Kliknij ikonę, aby przełączyć kategorię z jednego stanu w drugi.

Zasada wyboru: do kanału trafiają wyłącznie produkty, których kategoria domyślna jest kategorią eksportowaną. Produkt idzie za swoją kategorią domyślną, a nie za kategoriami dodatkowymi.

Kolumna Produkty Kolumna **Produkty** pokazuje liczbę produktów przypisanych domyślnie do każdej kategorii. Nazwa kategorii wyświetlona na pomarańczowo oznacza, że żaden produkt nie ma jej jako kategorii domyślnej: taka kategoria nie pojawi się w kanale.

Zalecenie Zdecydowanie zalecamy ustawianie najgłębszej kategorii jako kategorii domyślnej produktu, aby przekazywać możliwie najtrafniejszą informację.

4.2 Przypisanie taksonomii produktów Google

Kolumna **Kategorie Google** pojawia się, gdy opcja **Kategoria produktu Google** jest włączona w zakładce **Elementy opcjonalne** i skonfigurowany jest co najmniej jeden kraj.

1. Otwórz zakładkę **Kategorie**.
2. Kliknij flagę kraju w wierszu kategorii, którą chcesz przypisać, aby otworzyć pole wpisywania.
3. Zaczynaj wpisywać nazwę kategorii Google: pojawi się lista odpowiedzi.
4. Wybierz najlepiej pasującą kategorię i zatwierdź przyciskiem potwierdzenia.

Gdy skonfigurowanych jest kilka krajów, selektor nad tabelą pozwala przełączać wyświetlanie kolumny z jednego kraju na drugi. Każdy kraj otrzymuje taksonomię Google we własnej wersji językowej, dlatego przypisanie wykonuje się osobno dla każdego kraju.

Wskazówka Google Używaj możliwie najbardziej szczegółowej kategorii. Lepsza jest „Odzież i akcesoria > Odzież > Sukienki” niż samo „Odzież i akcesoria”.

4.3 Płeć i grupa wiekowa dla odzieży

Po włączeniu opcji **Strona z odzieżą** w zakładce **Konfiguracja** w zakładce **Kategorie** pojawiają się dwie dodatkowe kolumny: **Płeć** i **Grupa wiekowa**. Uzupełnia się je kategoria po kategorii, klikając wyświetlaną wartość.

Te atrybuty są obowiązkowe dla artykułów odzieżowych wysyłanych do Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Niemiec, Francji i Japonii. W pozostałych krajach i kategoriach są zalecane.

Wartości grupy wiekowej

Wartość	Przedział
Noworodka	Do 3 miesiąca życia
Dziecko	Od 3 do 12 miesiąca życia
Maluch	Od 1 do 5 lat
Dzieci	Od 5 do 13 lat
Dorosły	Nastolatki i osoby starsze

4.4 Automatyczne wykluczenia

Niezależnie od kategorii produkt zostaje pominięty w kanale, gdy:

- jest wyłączony w PrestaShop;
- jego kategoria domyślna jest wykluczona z eksportu albo jest kategorią główną sklepu;
- nie ma nazwy, opisu ani zdjęcia;
- jego cena wynosi zero lub jest ujemna;
- jest niedostępny w magazynie, a opcja **Eksportuj produkty bez zapasów** jest wyłączona;
- nie jest przypisany do bieżącego sklepu w trybie wielu sklepów.

Zakładka **Diagnostyka** po każdym generowaniu zlicza te wykluczenia przyczyna po przyczynie: zobacz rozdział 11.

4.5 Wykluczanie produktów pojedynczo

Wykluczanie całej kategorii po to, by zostawić poza kanałem trzy produkty, oznacza poświęcenie rentownego działu. Zakładka **Produkty** rozwiązuje ten przypadek: usuwa z pliku danych wskazane produkty, nie zmieniając nic w ich widoczności w sklepie.

1. Otwórz zakładkę **Produkty**.
2. Znajdź produkt po nazwie, indeksie, identyfikatorze lub kategorii w polu wyszukiwania.
3. Kliknij ikonę w jego wierszu: zielony znacznik oznacza eksportowany, czerwony znak zakazu oznacza wykluczony.

Wykluczony produkt pozostaje aktywny, można go zamówić i widnieje w swoich kategoriach. Tylko plik danych go pomija, sprzedaż organiczna się nie zmienia. Na tym polega różnica wobec dwóch zwykłych obejść: wyłączenie produktu albo odznaczenie „dostępny do zamówienia” usuwa go także ze sklepu, a wykluczenie jego kategorii pociąga za sobą wszystkie pozostałe produkty tej kategorii.

Działanie na całym wyszukiwaniu. Wpisz hasło w polu wyszukiwania, a następnie użyj **Wyklucz całe wyszukiwanie** albo **Przywróć całe wyszukiwanie**. Działanie obejmuje wszystkie pasujące produkty, nie tylko wyświetloną stronę, a potwierdzenie podaje ich liczbę. Przy pustym polu wyszukiwania obejmuje cały katalog.

Lista jest stronicowana i przeszukiwana po stronie serwera: otwiera się bez czekania, nawet przy katalogu liczącym kilkadziesiąt tysięcy indeksów.

Warto wiedzieć:

- wykluczenia należą do bieżącego sklepu, w trybie wielosklepowym;
- zaczynają obowiązywać przy następnym generowaniu pliku danych, ręcznym lub przez CRON;
- produkt już pominięty przez swoją kategorię mówi o tym w swoim wierszu, żebyś nie szukał przyczyny, dla której plik danych się nie zmienił;
- w katalogu PrestaShop nic się nie zmienia: moduł przechowuje te wykluczenia we własnej tabeli.

5. Opcje kanału

Ustawienia kanału znajdują się w dwóch zakładkach: **Konfiguracja** odpowiada za treść, zdjęcia i pliki, a **Elementy opcjonalne** za dodatkowe atrybuty wysyłane do Google.

5.1 Treść tekstowa kanału

Opcja	Działanie
Opis produktu	Wybierz źródło opisu: Krótki opis (podsumowanie), Długi opis albo oba, jeden po drugim.
Ustal priorytety dla tagów META	Używa meta tytułu i meta opisu zamiast nazwy i opisu produktu.
Usuń niechciane wielkie litery	Google zabrania masowego używania wielkich liter. Włącz tę opcję, jeśli spotykasz się z takimi odrzuceniami.
Dodaj kod iso	Dodaje kod ISO języka eksportu do identyfikatora produktu, jeśli trzeba rozróżnić kanały.
Eksportuj produkty bez zapasów	Zachowuje w kanale produkty o zerowym stanie magazynowym.
Sklep dla dorosłych	Oznacza artykuły uznawane za przeznaczone dla dorosłych, dla wszystkich krajów docelowych.

5.2 Zdjęcia

Opcja	Działanie
Format obrazu	Format PrestaShop użyty w linkach do zdjęć w kanale. Google zaleca największe i najlepiej zdefiniowane zdjęcie, jakim dysponujesz, w granicach 4 MB na plik.
Maksymalna liczba obrazów na produkt	Od 1 do 20 zdjęć na produkt.
Nie eksportuj obrazu okładki	Wymusza użycie drugiego zdjęcia jako zdjęcia głównego w eksporcie. Przydatne, gdy zdjęcie główne zawiera elementy obce produktowi i powoduje odrzucenia. Dotyczy wyłącznie produktów z kilkoma zdjęciami.

Termin dotyczący zdjęć: 31 stycznia 2027 Google wymaga zdjęć produktów o wymiarach co najmniej 500x500 pikseli i egzekwuje tę zasadę od 31 stycznia 2027. Poniżej tej wartości produkty są odrzucane. Zakładka **Diagnostyka** pozwala wskazać zdjęcia, których to dotyczy: zobacz rozdział 11.

5.3 Podatki i waluty

Wybór **Podatek wliczony w cenę** lub **Podatek bez VAT** odbywa się osobno dla każdego kraju w zakładce **Kraje**. W eksportowanej cenie uwzględniane są ceny specjalne i aktywne rabaty.

Wymuś walutę w adresie URL produktu

Gdy kanał używa waluty innej niż domyślna waluta sklepu, strona docelowa musi pokazać właściwą cenę. Moduł dodaje wtedy do adresu URL produktu parametry typu `?id_currency=2&SubmitCurrency=1`.

Pułapka pliku robots.txt Wiele sklepów dodaje do `robots.txt` regułę blokującą indeksowanie wariantów walutowych, typu `Disallow: /*&id_currency=`. Tymczasem Zakupy Google używają tego samego robota co wyszukiwarka: jeśli strona produktu jest zablokowana, Google nie może zweryfikować ceny i produkty zostają odrzucone w Merchant Center.

Ustawienie	Zachowanie
Opcja włączona	Parametry waluty są dodawane do adresu URL. Moduł umieszcza <code>id_currency</code> na pierwszym miejscu, dzięki czemu reguła typu <code>Disallow: /*&id_currency=</code> , która wymaga prefiksu <code>&</code> , przestaje obowiązywać. Zostaw włączoną, jeśli Twój szablon potrzebuje tego parametru do wyświetlenia właściwej ceny.
Opcja wyłączona	Link do produktu pozostaje czysty, bez parametrów. Cena i waluta pochodzą z samego kanału, który jest rozstrzygający dla kanału kierowanego na konkretny kraj w Merchant Center.

Wyłączenie jest zalecane, jeśli używasz kanału kierowanego na konkretny kraj i blokujesz adresy URL z walutą w `robots.txt`. Włączenie jest zalecane, jeśli Twój szablon potrzebuje tego parametru, aby pokazać robotom właściwą cenę. Najczystszym rozwiązaniem na dłuższą metę pozostaje jeden sklep PrestaShop na kraj, w trybie wielu sklepów, każdy z własną walutą domyślną.

5.4 Plik, kompresja i partie eksportu

Opcja	Działanie
Nazwa pliku	Prefiks pliku eksportu. Kraj oraz, w razie potrzeby, język są dodawane automatycznie.

Kompresuj kanał (gzip)	Tworzy kanał <code>.xml.gz</code> , format obsługiwany natywnie przez Merchant Center. Plik jest kilkukrotnie lżejszy, oszczędza transfer i skraca pobieranie przy dużych katalogach.
Chroń adres URL kanału	Dodaje do nazwy pliku tajny odcisk. Zobacz rozdział 9.
Ograniczenie eksportu	Liczba produktów przetwarzanych w jednym cyklu eksportu. Domyślnie 2000. Zmniejsz tę wartość (500 lub 1000) przy błędzie 500 lub przekroczeniu limitu czasu; zwiększ ją, jeśli serwer ma zapas mocy.

Te opcje zmieniają adres URL kanału Zmiana nazwy pliku, włączenie lub wyłączenie opcji **Kompresuj kanał (gzip)**, włączenie lub wyłączenie opcji **Chroń adres URL kanału**: każda z tych czynności zmienia adres kanału. Po takiej zmianie wygeneruj kanały ponownie, a następnie zgłoś nowe adresy URL w Google Merchant Center, w przeciwnym razie Google będzie dalej odpytywać adres, który już nie istnieje.

Eksport jest dzielony na partie, aby uniknąć przekroczenia limitu czasu przy dużych katalogach. Partie następują po sobie samoczynnie: nie trzeba ręcznie uruchamiać żadnego cyklu.

5.5 Elementy opcjonalne

Zakładka **Elementy opcjonalne** włącza dodatkowe atrybuty wysyłane do Google.

Element	Szczegóły
Kod GTIN <code>[gtin]</code>	Międzynarodowe kody kreskowe. Wybierasz zmienną PrestaShop, która je przechowuje: EAN13, UPC, ISBN, MPN, referencję produktu lub referencję dostawcy. Produkt bez unikalnego kodu trudno sklasyfikować i może zostać wyłączony z niektórych programów Shopping.
Niestandardowy identyfikator produktu	Zastępuje identyfikator produktu inną zmienną. Używaj ostrożnie: taki identyfikator musi być unikalny i nigdy się nie zmieniać.
Marka <code>[brand]</code>	Marka produktu. Google wymaga co najmniej dwóch atrybutów spośród marki, MPN i GTIN.
Odniesienie do producenta <code>[mpn]</code>	Numer produktu nadany przez producenta.
Waga	Waga produktu przy wysyłce, przydatna, jeśli masz regułę kosztów wysyłki zależną od wagi.
Koszty wysyłki	Szacunkowy koszt wysyłki dla produktu. Ma pierwszeństwo przed ustawieniami globalnymi zdefiniowanymi w Merchant Center.

Użyj minimalnej ilości dla cen	Włącz, jeśli niektóre produkty mają minimalną ilość zakupu, a karta produktu pokazuje cenę odpowiadającą tej ilości.
Cena zakupu [cost_of_goods_sold]	Służy do śledzenia marży brutto w raportach Google. Można ustawić współczynnik przeliczeniowy, aby nie przekazywać rzeczywistej ceny zakupu: 1 oznacza cenę dokładną, 0,9 obniżkę o 10 %, a 1,1 podwyżkę o 10 %. Osobna opcja pozwala użyć ceny zakupu produktu, gdy cena zakupu odmiany wynosi zero.
Kategoria produktu [product_type]	Twoje własne drzewo kategorii, typu „Strona główna > Kobieta > Sukienki”.
Kategoria produktu Google [google_product_category]	Włącza w zakładce Kategorie kolumnę przypisania do taksonomii Google.
Tagowanie analityczne	Dodaje parametry UTM do wszystkich adresów URL produktów, aby umożliwić śledzenie w Google Analytics lub podobnym narzędziu. Wpisujesz <code>utm_campaign</code> , <code>utm_source</code> i <code>utm_medium</code> .

5.6 Odmiany produktów i artykuły odzieżowe

Opcja **Kombinacje eksportowe produktów** w zakładce **Konfiguracja** eksportuje odmiany jako osobne produkty. Google definiuje wariant jako grupę identycznych produktów różniących się wyłącznie kolorem, materiałem, wzorem lub rozmiarem. Dla każdej z tych osi wskazujesz odpowiadający jej atrybut PrestaShop.

Opcja **Strona z odzieżą** dodaje ustawienia właściwe dla odzieży. Jeśli kolor, rozmiar, materiał lub wzór są przechowywane w cechach, a nie w atrybutach, wskazujesz je również tutaj.

5.7 Atrybuty wymagane przez Google

Atrybut	Źródło w module
id	Identyfikator produktu lub identyfikator niestandardowy
title	Nazwa produktu lub meta tytuł, jeśli opcja jest włączona
description	Opis krótki lub długi, zależnie od ustawienia
link	Adres URL produktu w Twoim sklepie
image_link	Zdjęcie główne, w wybranym formacie
availability	Zależnie od stanu magazynowego
price	Cena produktu z odpowiednimi podatkami

Atrybuty zdecydowanie zalecane: `brand` , `gtin` , `mpn` , `google_product_category` , `condition` .

Dla artykułów odzieżowych, wymagane także we Francji, Niemczech, Wielkiej Brytanii, Stanach Zjednoczonych i Japonii: `gender` , `age_group` , `color` , `size` .

Kanał jest zgodny ze specyfikacją RSS 2.0 z rozszerzeniami Zakupów Google.

6. Niestandardowe etykiety dla Google Ads

Niestandardowe etykiety, od `custom_label_0` do `custom_label_4`, służą do grupowania produktów w kampaniach Google Ads według Twoich własnych kryteriów. Google Ads używa ich następnie jako osi segmentacji.

6.1 Konfiguracja etykiet

1. Otwórz zakładkę **Niestandardowe atrybuty etykiet**.
2. Dla każdego z pięciu miejsc, od **Niestandardowe atrybuty etykiet 0** do **4**, wybierz cechę produktu PrestaShop, która ma je zasiląć.
3. Kliknij **Zapisz ustawienia**.

Warto wiedzieć Ta zakładka pojawia się tylko wtedy, gdy sklep ma co najmniej jedną cechę produktu. Najpierw utwórz cechy w *Katalog > Cechy*, a następnie uzupełnij je na produktach.

6.2 Przykłady segmentacji

Etykieta	Możliwe wartości
Sezon	Wiosna, Lato, Jesień, Zima
Marża	Wysoka, Średnia, Niska
Wyprzedaż	Tak, Nie
Bestseller	Tak, Nie

6.3 Adres URL dla sieci społecznościowych

Oprócz cech produktu każde miejsce może przyjąć wartość **Adres URL dla sieci społecznościowych**. Jest to uproszczony adres URL przeznaczony do linków w reklamach na Facebooku lub w innych sieciach.

7. Generowanie kanałów i zgłaszanie adresów URL w Merchant Center

7.1 Generowanie kanału z panelu administracyjnego

1. Upewnij się, że co najmniej jeden kraj jest skonfigurowany i zapisany, wraz z językiem, walutą i przewoźnikiem.
2. Otwórz zakładkę **Plik danych**.
3. Znajdź wiersz odpowiadający wybranej parze kraj plus język.
4. Kliknij **Generowanie**.
5. Poczekaj na zakończenie przetwarzania. W wierszu pojawią się wtedy **Data ostatniej aktualizacji** oraz **Adres URL do przekazania do Google Merchant Center**.

Warto wiedzieć Jeśli zamiast przycisku pojawia się komunikat „Przed wygenerowaniem kanału należy zweryfikować konfigurację dla tego kraju”, wróć do zakładki **Kraje** i zapisz konfigurację tego kraju.

7.2 Tabela kanałów

Kolumna	Zawartość
Kraj	Kraj docelowy
Język	Język kanału
Generowanie	Uruchamia natychmiastowe generowanie
Data ostatniej aktualizacji	Znacznik czasu ostatniego wygenerowanego pliku
Adres URL do przekazania do Google Merchant Center	Adres do zgłoszenia w Merchant Center
Pobierz	Pobiera plik z panelu administracyjnego, do wglądu

7.3 Gdzie zapisywany jest plik

Plik jest zapisywany w katalogu głównym sklepu albo w katalogu eksportu modułu. Nazwa składa się z wybranego przez Ciebie prefiksu, po którym następuje kraj oraz, w trybie wielojęzycznym, język.

- Jeden język: `prefiks_kraj.xml`
- Wiele języków: `prefiks_kraj-jezyk.xml`

Przy włączonej kompresji gzip rozszerzenie zmienia się na `.xml.gz`. Przy włączonej ochronie adresu URL do nazwy dodawany jest tajny odcisk.

Zapis atomowy Każdy eksport jest zapisywany do pliku tymczasowego, a po zakończeniu przenoszony na miejsce jedną operacją. Google zawsze pobiera więc albo cały poprzedni kanał, albo cały nowy, nigdy pliku uciętego w połowie, nawet jeśli trafi na moment generowania.

7.4 Zgłoszenie adresu URL w Google Merchant Center

1. Zaloguj się na swoje konto Google Merchant Center.
2. Otwórz **Produkty > Pliki danych** i kliknij przycisk dodania pliku danych.
3. Wybierz kraj i język docelowy.
4. Jako metodę przesyłania wybierz **Zaplanowane pobieranie**.
5. Wklej adres URL wyświetlony w zakładce **Plik danych** modułu.
6. Ustaw częstotliwość i godzinę pobierania.

Google będzie wtedy automatycznie pobierać Twój plik o wskazanej godzinie. Zadbaj o to, aby CRON uruchamiał się przed tą godziną.

7.5 Jak często aktualizować

Google zaleca aktualizację co najmniej raz dziennie. Jeśli Twój katalog często się zmienia, czy to ceny, czy stany magazynowe, zwiększ częstotliwość.

Wielkość katalogu	Orientacyjna częstotliwość
Poniżej 5 000 produktów	2 do 4 razy dziennie bez problemu
Od 5 000 do 50 000 produktów	1 do 2 razy dziennie
Powyżej 50 000 produktów	1 raz dziennie, w godzinach mniejszego ruchu

7.6 Czas przetwarzania po stronie Google

- **Przetwarzanie:** nowy plik danych jest zwykle przetwarzany w ciągu kilku godzin, czasem do 3 dni roboczych.
- **Weryfikacja:** nowe konto może zostać poddane dokładniejszej weryfikacji wstępnej, trwającej nawet kilka tygodni.
- **Aktualizacje:** gdy plik danych już działa, aktualizacje są zwykle uwzględniane w ciągu kilku godzin.

Status przetwarzania można sprawdzić w Merchant Center, w sekcji **Produkty > Diagnostyka**.

7.7 Zgłaszanie pliku danych na innych platformach

Plik danych jest zgodny ze specyfikacją Google Merchant Center, a ta sama specyfikacja jest akceptowana jako źródło danych RSS 2.0 przez Meta (Facebook i Instagram), Pinterest, TikTok oraz Snapchat: plik publikowany przez moduł można zgłosić na tych platformach bez zmian. TikTok potrafi też zaimportować katalog Google Merchant Center bezpośrednio, ale wyłącznie wtedy, gdy jest on zasilany przez zaplanowane pobieranie, czyli dokładnie w sposób, w jaki publikuje ten moduł. Microsoft Advertising używa własnego formatu pliku i oferuje zamiast tego import z Merchant Center.

Uwaga Każda platforma zachowuje własne wymagania (limity długości pól, kategorie, atrybuty obowiązkowe). Plik jest akceptowany, ale odrzucone produkty należy sprawdzić na każdej platformie z osobna.

8. Automatyzacja za pomocą CRON

Przycisk **Generowanie** i CRON tworzą dokładnie ten sam plik XML. Różni je jedynie sposób uruchomienia. W sklepie produkcyjnym zalecaną metodą jest CRON.

8.1 Pobranie adresu URL dla CRON

1. Otwórz zakładkę **Cron**.
2. Znajdź panel odpowiadający wybranej parze kraj plus język: każdy kanał ma swój panel.
3. Wybierz zakładkę odpowiadającą Twojej metodzie: WebCron, curl, wget, PHP lub cPanel / Plesk.
4. Kliknij przycisk kopiowania, aby umieścić adres URL lub polecenie w schowku.

8.2 Pięć dostępnych metod

Metoda	Zastosowanie
WebCron	Wystarczy wkleić adres URL do zewnętrznej usługi webCron. Nie jest potrzebny dostęp do serwera.
curl	Jedna linia do dodania w crontabie serwera, przez SSH lub panel hostingu.
wget	Alternatywa dla curl, na tej samej zasadzie.
PHP	Dla hostingów dopuszczających wyłącznie zadania PHP. Jeśli <code>php</code> nie jest w zmiennej PATH, podaj pełną ścieżkę.
cPanel / Plesk	Procedura krok po kroku dla obu paneli, wraz z poleceniem do wklejenia.

8.3 Jak czytać wyrażenie CRON

Wyrażenie cron składa się z 5 pól, po których następuje polecenie do wykonania: minuta (0 do 59), godzina (0 do 23), dzień miesiąca (1 do 31), miesiąc (1 do 12), dzień tygodnia (0 do 7).

Wyrażenie	Znaczenie
<code>0 4 * * *</code>	Codziennie o 4:00
<code>0 */6 * * *</code>	Co 6 godzin
<code>0 3,15 * * *</code>	Dwa razy dziennie, o 3:00 i 15:00
<code>30 2 * * 1</code>	W każdy poniedziałek o 2:30

8.4 Zalecenia

Zaplanuj co najmniej jeden eksport dziennie, kilka minut przed godziną pobierania ustawioną w Google Merchant Center.

Przy dużym katalogu wybieraj godziny mniejszego ruchu, na przykład między 2:00 a 6:00.

Powyżej 50 000 produktów eksport może trwać kilka minut: sprawdź, czy `max_execution_time` na serwerze jest wystarczający.

Uwaga Adres URL dla CRON zawiera tajny klucz. Nie publikuj go i nie udostępniaj. Po odnowieniu klucza bezpieczeństwa (rozdział 9) adresy URL dla CRON zmieniają się: trzeba będzie zaktualizować zaplanowane zadania.

9. Zabezpieczanie kanałów

9.1 Dlaczego warto chronić adres URL kanału

Domyślnie nazwa pliku kanału powstaje ze skonfigurowanej przez Ciebie nazwy i kodu kraju. Jego adres URL jest więc przewidywalny. Każdy, kto zna adres Twojego sklepu, może pobrać ten plik i poznać wszystkie Twoje referencje, ceny i stany magazynowe.

Zakładka **Plik danych** wyświetla zresztą ostrzeżenie, dopóki ochrona nie jest włączona.

9.2 Włączenie ochrony

1. Otwórz zakładkę **Konfiguracja**.
2. Włącz opcję **Chroń adres URL kanału**.
3. Kliknij **Zapisz ustawienia**.
4. Wróć do zakładki **Plik danych** i wygeneruj ponownie każdy kanał.
5. Zapisz nowe adresy URL i zgłoś je w Google Merchant Center.

Moduł dodaje wtedy do nazwy pliku tajny odcisk wyprowadzony z Twojego klucza bezpieczeństwa, dzięki czemu adresu URL nie da się odgadnąć.

Nie pomijaj kroku 5 Włączenie lub wyłączenie tej opcji zmienia adres URL kanału. Jeśli nie zgłosisz nowego adresu, Google będzie dalej odpytywać adres, który już nie istnieje, i zgłosi błąd źródła danych.

9.3 Czego ochrona nie zmienia

Plik pozostaje publicznym plikiem statycznym, serwowanym przez Twój serwer WWW z pełną prędkością i bez uwierzytelniania. Nieznana staje się wyłącznie jego nazwa. Google pobiera zgłoszony przez Ciebie adres URL dokładnie tak jak wcześniej: ochrona w żaden sposób nie utrudnia Google odczytu kanału.

9.4 Odnowienie klucza bezpieczeństwa

Jeśli adres URL kanału został przez pomyłkę udostępniony albo podejrzewasz wyciek, odnów klucz.

1. Otwórz zakładkę **Plik danych**.
2. Przejdź do panelu **Bezpieczeństwo kanałów**.
3. Kliknij **Odnów klucz bezpieczeństwa** i potwierdź.
4. Wygeneruj ponownie wszystkie kanały.
5. Zaktualizuj adresy URL w Google Merchant Center, zarówno kanałów produktowych, jak i kanałów promocji.

6. Zaktualizuj zadania CRON nowymi adresami URL.

Skutek natychmiastowy Odnowienie usuwa wszystkie wygenerowane pliki i natychmiast unieważnia poprzednie adresy URL, zarówno kanałów produktowych, jak i kanałów promocji, a także adresy URL dla CRON. Zaplanuj wykonanie kroków od 4 do 6 od razu po odnowieniu.

9.5 Pozostałe zabezpieczenia modułu

- Plik `.htaccess` zapisany w katalogu eksportu: brak listowania katalogu, brak dostępu do kanałów w trakcie zapisu.
- Zapis atomowy: nie da się serwować uciętego kanału, nawet w trakcie generowania.
- Pobieranie z panelu administracyjnego uwierzytelniane porównaniem klucza w stałym czasie.
- Żadnego odwołania do usługi zewnętrznej z panelu administracyjnego.

9.6 Kompresja gzip

Opcja **Kompresuj kanał (gzip)** w zakładce **Konfiguracja** tworzy kanał `.xml.gz`. Ten format jest obsługiwany natywnie przez Google Merchant Center. Plik jest kilkakrotnie lżejszy: oszczędza transfer i skraca pobieranie przy dużych katalogach.

Warto wiedzieć Włączenie lub wyłączenie kompresji również zmienia adres URL kanału. Po takiej zmianie wygeneruj kanały ponownie i zgłoś nowe adresy URL w Merchant Center.

10. Kanał promocji

10.1 Ceny przekreślone a kupony rabatowe: to dwie różne rzeczy

Te dwa pojęcia często się mylą.

Przypadek	Gdzie się to dzieje
Ceny promocyjne, czyli Twoje ceny przekreślone	Trafiają już do kanału produktowego. Moduł wysyła cenę po obniżce oraz daty jej obowiązywania, a Google pokazuje przekreśloną cenę. Nie trzeba nic konfigurować.
Kupony rabatowe, typu „-20 % z kodem SUMMER”	Wymagają osobnego kanału promocji, który Merchant Center oczekuje zgłoszony w sekcji Promocje .

10.2 Wymagania po stronie Google

Dwa warunki

1. Najpierw należy poprosić o dostęp do programu **Merchant Promotions** w Google Merchant Center. Google weryfikuje wniosek ręcznie, a następnie każda promocja jest sprawdzana przed wyświetleniem.
2. Twój kod musi działać dla wszystkich odwiedzających. Google rzeczywiście testuje kody: kod, który nie działa dla każdego, powoduje odrzucenie promocji i może zaszkodzić kontu.

10.3 Włączenie i zasilenie kanału

1. Utwórz kupony rabatowe w *Katalog > Reguły koszyka*, jeśli jeszcze ich nie masz.
2. Otwórz zakładkę **Promocje** modułu.
3. Włącz opcję **Włącz kanał promocji**.
4. W tabeli zaznacz kolumnę **Eksport** przy każdej regule koszyka, którą chcesz opublikować.
5. Uzupełnij kolumnę **Tytuł publiczny** (maksymalnie 60 znaków).
6. Kliknij **Zapisz ustawienia**.

10.4 Sprawdzane reguły koszyka

Każda reguła koszyka jest sprawdzana, zanim zostanie zaproponowana. Te, których Google nie może bezpiecznie ogłosić, są blokowane, a przyczyna wyświetla się na czerwono.

Przyczyna blokady	Znaczenie
-------------------	-----------

Zarezerwowana dla jednego klienta	Reguła jest imienna, więc odwiedzający z Google nie mogą z niej skorzystać
Wygasała	Data zakończenia już minęła
Ograniczona do niektórych produktów	Google ogłasza ofertę obowiązującą dla całego zamówienia, a nie dla wybranych produktów
Rabat na konkretny produkt	Ten sam powód
Wykluczona dla tego kraju	Reguła nie dotyczy kraju danego kanału
Przeliczenie waluty niemożliwe	Kwoty nie da się wyrazić w walucie kanału
Brak zniżki możliwej do wyrażenia przez Google	Ten typ rabatu nie ma odpowiednika u Google
Brak tytułu	Google wymaga publicznej etykiety

Inne reguły można opublikować, ale z pomarańczowym ostrzeżeniem: oferta automatyczna bez kodu, mało pozostałych użyć, ograniczenie do niektórych grup klientów lub niektórych przewoźników, brak możliwości łączenia, ograniczenie krajów, darmowa dostawa, która nie zostanie ogłoszona, kwota bez podatku, dozwolone użycie częściowe, tytuł, który zostanie skrócony.

10.5 Rozpoznawane typy ofert

- Rabat procentowy
- Rabat kwotowy
- Darmowa dostawa
- Prezent gratis

Minimalna kwota zakupu i daty obowiązywania są pobierane z reguły koszyka.

10.6 Tytuł publiczny

Wewnętrzna nazwa reguły koszyka rzadko nadaje się dla kupujących. Kolumna **Tytuł publiczny** pozwala napisać zdanie, które przeczytają kupujący, na przykład „-20 % na Twoje zamówienie z kodem SUMMER”. Pole jest ograniczone do 60 znaków, zgodnie z wymogiem Google.

Wielojęzyczność Tytuł jest zapisywany osobno dla każdego języka, po jednym na język Twoich plików danych: ta sama promocja może brzmieć „-20 % na zamówienie z kodem SUMMER” we francuskim pliku i „20% Rabatt auf Ihre Bestellung mit dem Code SUMMER” w niemieckim. Zakładka proponuje tylko języki skonfigurowanych plików danych. Pozostawiony pusty język wraca do nazwy reguły koszyka, którą PrestaShop już tłumaczy, a pole pokazuje tę nazwę jako podpowiedź. Promocja bez tytułu i bez nazwy reguły koszyka w języku danego pliku zostaje z niego wykluczona, ponieważ Google wymaga publicznej etykiety.

10.7 Generowanie i zgłaszanie kanałów promocji

Panel **Wygenerowane kanały promocji** pokazuje po jednym kanale dla każdego kraju i języka, każdy z własnym adresem URL.

1. Kliknij **Generuj** w wybranym wierszu, aby odświeżyć ten kanał od razu.
2. Zapisz wyświetlony adres URL.
3. W Google Merchant Center zgłoś ten adres URL w sekcji **Promocje**, oddzielnie od kanałów produktowych.

Kanał promocji nie potrzebuje własnego zadania CRON: jest odbudowywany razem z kanałem produktowym tego samego kraju i języka oraz przy każdym zapisie zakładki **Promocje**. Podlega tym samym ustawieniom bezpieczeństwa i kompresji co kanały produktowe.

Plik jest zawsze publikowany Nawet bez żadnej promocji plik zostaje opublikowany: to poprawny dokument bez wpisów. Usunięcie pliku zamieniłoby adres URL zgłoszony do zaplanowanego pobierania w błąd 404, który Merchant Center zgłasza jako błąd źródła danych.

Zatrzymanie promocji Usunięcie promocji z kanału nie zatrzymuje jej po stronie Google: zatwierdzona promocja trwa do swojej daty zakończenia. Aby zakończyć ją wcześniej, zatrzymaj ją na stronie **Promocje** w Merchant Center.

11. Zakładka Diagnostyka

Zakładka **Diagnostyka** łączy trzy analizy.

11.1 Audyt zdjęć produktów

Google wymaga zdjęć produktów o wymiarach co najmniej 500x500 pikseli i egzekwuje tę zasadę od 31 stycznia 2027. Poniżej tej wartości produkty są odrzucane.

1. Otwórz zakładkę **Diagnostyka**.
2. W panelu **Audyt zdjęć produktów** kliknij **Przeanalizuj moje zdjęcia produktów**.
3. Przeczytaj tabelę wyników, a następnie listę przykładów.
4. Przy dużym katalogu audyt obejmuje próbkę: uruchom go ponownie, aby kontynuować analizę.

Warto wiedzieć Audyt mierzy oryginalny przesłany przez Ciebie plik, a nie miniatury generowane przez szablon, ponieważ to właśnie ten oryginalny plik pobiera Google.

Wskaźnik	Co zlicza
Ostatnia analiza	Data audytu
Przeanalizowane produkty	Liczba przeanalizowanych produktów wobec całości, z informacją o próbce, jeśli dotyczy
Zdjęcia poniżej 500x500	Zdjęcia do poprawy w pierwszej kolejności
Produkty bez zdjęcia głównego	Tych produktów nie można wyeksportować
Brakujące lub nieczytelne pliki zdjęć	Pliki nieobecne lub uszkodzone na serwerze
Zdjęcia zgodne z wymaganiami	Nie wymagają żadnego działania

11.2 Raport jakości kanału

Po każdym generowaniu moduł zapisuje, dlaczego produkty zostały pominięte w kanale i które wyeksportowane produkty mogą zostać odrzucone. Raport jest prezentowany kanał po kanale, wraz z datą. Panel nosi nazwę **Jakość kanałów**.

Przyczyna	Co robić
Pominięty: pusty opis	Uzupełnij opis krótki lub długi albo meta opis.

Pominięty: brak zdjęcia	Dodaj do produktu co najmniej jedno zdjęcie.
Pominięty: pusty tytuł	Uzupełnij nazwę produktu albo jego meta tytuł, jeśli nadajesz priorytet tagom META.
Pominięty: kategorią domyślną jest kategoria główna sklepu	Ustaw prawdziwą kategorię domyślną, inną niż kategoria główna sklepu.
Zagrożone: brak marki	Przypisz producenta. Google wymaga marki, gdy produkt ją posiada.

Każdej przyczynie towarzyszy do 50 przykładów produktów, wraz z ich identyfikatorem i nazwą, aby można je było poprawić bezpośrednio w katalogu.

Warto wiedzieć Jeśli żaden raport się nie pojawia, wygeneruj najpierw kanał: raport powstaje po zakończeniu generowania. Adnotacja „generowanie niekompletne” oznacza eksport, który się nie zakończył.

11.3 Sprawdzenie indeksów bazy danych

Brakujące indeksy mogą mocno spowolnić eksport przy dużych katalogach, na przykład powyżej 250 000 produktów. Panel **Sprawdzenie indeksów bazy danych (wydajność)** wymienia zalecane indeksy, informuje o ich obecności i wyjaśnia, dlaczego mają znaczenie.

1. Otwórz zakładkę **Diagnostyka** i przejdź do tego panelu.
2. Znajdź wiersze oznaczone czerwonym znakiem: indeks nie istnieje.
3. Kliknij **Utwórz indeks**, aby go dodać. Odpowiadające zapytanie SQL jest wyświetlane pod przyciskiem.

Ostrożnie Tego rodzaju zmiany struktury wykonuj zawsze w okresie małego ruchu i upewnij się, że masz kopię zapasową bazy danych.

12. Rozwiązywanie najczęstszych problemów

12.1 Generowanie kończy się niepowodzeniem lub błędem 500

Zdarza się to zwykle przy dużych katalogach, gdy serwerowi brakuje czasu lub pamięci.

1. Zmniejsz wartość **Ograniczenie eksportu** w zakładce **Konfiguracja**: spróbuj 500 lub 1000.
2. Poproś firmę hostingową o zwiększenie `max_execution_time`, zalecane 300 lub więcej.
3. Poproś o zwiększenie `memory_limit`, zalecane 256M lub więcej.
4. Zamiast przycisku w panelu administracyjnym używaj metody CRON: wywołania CRON są zwykle mniej ograniczone.
5. Sprawdź indeksy bazy danych w zakładce **Diagnostyka**.

12.2 Data i adres URL nie aktualizują się po generowaniu

1. Sprawdź, czy katalog eksportu ma prawo zapisu (chmod 755 lub 775).
2. Upewnij się, że plik XML nie jest zablokowany przez inny proces.
3. Sprawdź, czy na serwerze jest wystarczająco dużo miejsca na dysku.
4. Otwórz konsolę przeglądarki (F12, zakładka Konsola) i poszukaj błędu JavaScript.

12.3 W kanale brakuje produktów

Sprawdź listę automatycznych wykluczeń z rozdziału 4.4, a następnie otwórz zakładkę **Diagnostyka**: zlicza ona wykluczenia z ostatniego generowania, przyczyna po przyczynie, dzięki czemu widać, która reguła usunęła Twoje produkty.

Pomyśl też o zakładce **Produkty**: produkt mógł zostać wykluczony pojedynczo, zobacz rozdział 4.5.

12.4 Adres URL dla CRON zwraca pustą stronę lub błąd

1. Otwórz adres URL dla CRON bezpośrednio w przeglądarce: ewentualny komunikat o błędzie wskaże przyczynę.
2. Sprawdź, czy klucz bezpieczeństwa zawarty w adresie URL odpowiada temu wygenerowanemu przez moduł. Ponowna instalacja modułu resetuje klucz.
3. Jeśli korzystasz z usługi webCron, upewnij się, że serwer przyjmuje odpowiadające jej przychodzące żądania HTTP.
4. Sprawdź, czy `mod_rewrite` (Apache) lub jego odpowiednik (Nginx) jest aktywny dla przyjaznych adresów URL.

12.5 Ceny w kanale nie zgadzają się z cenami w sklepie

Częsta przyczyna	Co sprawdzić
Ustawienie podatków	Wybór ceny z podatkiem lub bez, dla każdego kraju, musi odpowiadać temu, co sklep pokazuje odwiedzającym z tego kraju.
Waluta	Waluta przypisana do kraju musi być tą, której oczekuje Google Merchant Center.
Ceny specjalne i rabaty	Moduł eksportuje cenę bieżącą, wraz z aktywnymi rabatami i cenami specjalnymi.
Ceny dla grup klientów	Eksportowana jest cena widoczna dla grupy klientów „Gość”.

Po poprawkach wygeneruj kanał ponownie i poczekaj, aż Google pobierze go na nowo.

12.6 Moje produkty są odrzucane w Merchant Center

Zgłoszony problem	Kierunek poprawki
Brak GTIN lub kodu kreskowego	Uzupełnij pole EAN13 lub UPC na produktach, a następnie włącz Kod GTIN w zakładce Elementy opcjonalne .
Różnica ceny między kanałem a stroną	Sprawdź ustawienia waluty i podatków, a po każdej zmianie cen wygeneruj kanał ponownie.
Zdjęcie za małe lub ze znakiem wodnym	Używaj odpowiednio dużych zdjęć i unikaj nałożonego tekstu promocyjnego. Uruchom audyt zdjęć w zakładce Diagnostyka .
Brak opisu lub opis ogólnikowy	Twórz unikalne i konkretne opisy, liczące co najmniej 50 znaków.
Nadmierne użycie wielkich liter	Włącz opcję Usuń niechciane wielkie litery w zakładce Konfiguracja .
Strona produktu niedostępna	Sprawdź, czy produkt jest aktywny, a adres URL osiągalny. Skontroluj przekierowania i błędy 404. Jeśli blokujesz parametry waluty w <code>robots.txt</code> , wróć do rozdziału 5.3.

12.7 Sprawdzenie poprawności kanału

1. Pobierz kanał z zakładki **Plik danych**, korzystając z przycisku pobierania.
2. Otwórz go w edytorze tekstu lub w przeglądarce, aby sprawdzić strukturę XML.
3. W Google Merchant Center otwórz **Produkty > Pliki danych**, kliknij swój plik danych, a następnie zakładkę przetwarzania, aby przeczytać błędy i ostrzeżenia.

12.8 Część tekstów modułu nie jest przetłumaczona

Przetłumacz je w *Międzynarodowe > Tłumaczenia*, wybierając „Tłumaczenia zainstalowanych modułów”, a następnie ten moduł. Zawartość samego kanału zawsze pochodzi z Twoich danych produktowych, w języku skonfigurowanym dla danego kraju.

13. Licencja i wsparcie

13.1 Moduł działa bez licencji

Ważne Generowanie kanałów, CRON, kanał promocji i diagnostyka działają bez licencji. Zarejestrowanie własnej licencji odblokowuje powiadomienia o aktualizacjach i priorytetowe wsparcie.

Licencja Mediacom87 jest bezpłatna dla każdego klienta modułu kupionego na Addons lub PrestatoolBox.

Funkcja	Bez licencji	Z aktywną licencją
Eksport kanałów XML Zakupów Google	Tak	Tak
Wiele krajów i wiele języków	Tak	Tak
Automatyzacja przez CRON	Tak	Tak
Taksonomia Google i odmiany produktów	Tak	Tak
Kanał promocji i diagnostyka	Tak	Tak
Powiadomienia o aktualizacjach	Nie	Tak
Alerty o zmianie wersji głównej	Nie	Tak
Priorytetowe wsparcie	Nie	Tak

13.2 Wniosek o licencję

1. Otwórz zakładkę **Licencja**.
2. W bloku **Poproś o nową licencję** podaj swój adres e-mail, platformę zakupu, numer zamówienia i domenę sklepu.
3. Kliknij **Wyślij prośbę o licencję**.

Mediacom87 weryfikuje zamówienie ręcznie. Licencja zostaje aktywowana w ciągu kilku dni roboczych.

13.3 Rejestracja istniejącego klucza

Jeśli klucz został Ci już przekazany albo przenosisz sklep z innej domeny, wpisz go w bloku **Mam już klucz licencji**, a następnie kliknij **Zatwierdź ten klucz**.

Jeśli klucz jest zarejestrowany na innej domenie, moduł proponuje formularz wniosku o migrację: podajesz nową domenę i powód, na przykład przebudowę sklepu, zmianę domeny lub nowy hosting.

Mediacom87 weryfikuje wniosek ręcznie.

13.4 Śledzenie statusu licencji

Blok **Status licencji** pokazuje bieżący status, klucz, plan, datę wygaśnięcia, zarejestrowaną domenę oraz datę ostatniego sprawdzenia na serwerze. Przycisk **Sprawdź teraz** wymusza natychmiastowe sprawdzenie.

Możliwe statusy to: aktywna, oczekująca na weryfikację przez Mediacom87, odrzucona, unieważniona, wygasła, nieprawidłowa lub niezarejestrowana. W razie odrzucenia wyświetlana jest przyczyna.

13.5 Aktualizacje

Moduł sam sprawdza dostępność nowej wersji i w razie potrzeby wyświetla komunikat u góry swojej strony konfiguracji. Sprawdzanie wymaga aktywnej licencji.

Zakładka **Changelog** przedstawia historię wersji, przetłumaczoną na język panelu administracyjnego.

13.6 Kontakt z pomocą techniczną

Otwórz zakładkę **Informacje i wsparcie**, a następnie kliknij **Kontakt**.

W wersjach sprzedawanych bezpośrednio przycisk otwiera formularz w oknie modalnym: podajesz swój adres e-mail do odpowiedzi oraz treść wiadomości. Podsumowanie Twojej instalacji, obliczone po stronie serwera, jest dołączane automatycznie, a wiadomość wychodzi przez system pocztowy sklepu. W wersjach kupionych na Addons przycisk kieruje do formularza platformy.

Zakres wsparcia Wsparcie dotyczy modułu. Konfiguracja samego Google Merchant Center, weryfikacja produktów i decyzje o ich zatwierdzeniu należą do Google.

13.7 Pomoc wbudowana

Dwie zakładki odpowiadają na większość pytań bez wychodzenia z panelu administracyjnego:

- **FAQ:** 42 pytania pogrupowanych w 9 tematach, wszystkie odpowiedzi widoczne bez rozwijania.
- **Polityka bezpieczeństwa:** zobowiązania modułu dotyczące bezpieczeństwa.