



การทำโฆษณาบน TikTok Shop (สำหรับผู้เริ่มต้น)

Revision : Jan 2025

CONFIDENTIAL & PROPRIETARY

เนื้อหา

หัวข้อการอบรม

หน้า

- 1 ความสำคัญของการทำโฆษณาบนแพลตฟอร์ม 3
- 2 โฆษณบน TikTok Shop มีกี่ประเภท 6
 - ประเภทโฆษณาบน TikTok Shop
 - โฆษณาแต่ละประเภทเหมาะกับใคร
- 3 ทำความรู้จัก GMV Max 9
 - รูปแบบโฆษณาบน GMV Max
 - ขั้นตอนการตั้งค่า GMV Max
 - การดูประสิทธิภาพ GMV Max
- 4 ทำความรู้จัก Shopping Ads 24
 - รูปแบบโฆษณาบน Shopping Ads
 - วิธีการสมัคร TikTok Ads Manager
 - ขั้นตอนการตั้งค่า Shopping Ads แต่ละรูปแบบ
 - การดูประสิทธิภาพ Shopping Ads

1. ความสำคัญของการทำโฆษณาบนแพลตฟอร์ม

ทำไมต้องทำโฆษณาบน TikTok

1

เพิ่มการมองเห็นแบรนด์ หน้าร้านค้า หรือสินค้า ได้จากโฆษณาที่เข้าถึงคนจำนวนมาก

2

ช่วยในการสร้างฐานผู้ที่สนใจสินค้าเพื่อการต่อยอดธุรกิจ

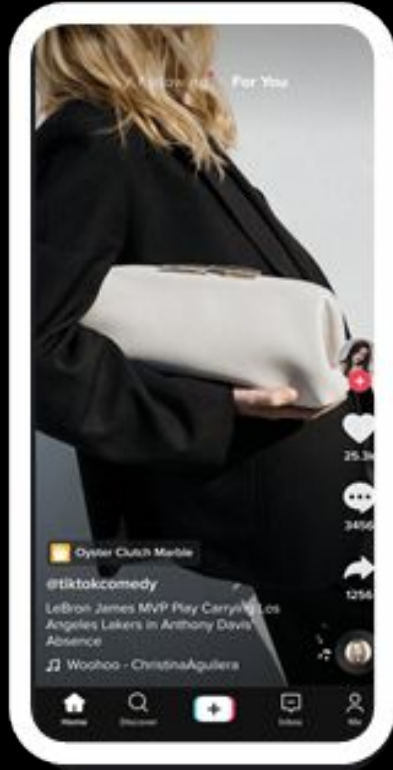
3

เพิ่มผู้ติดตาม ยอดเข้าชมโปรไฟล์หรือไลฟ์สด

4

เพิ่มโอกาสสร้างยอดขายสินค้าบน TikTok Shop

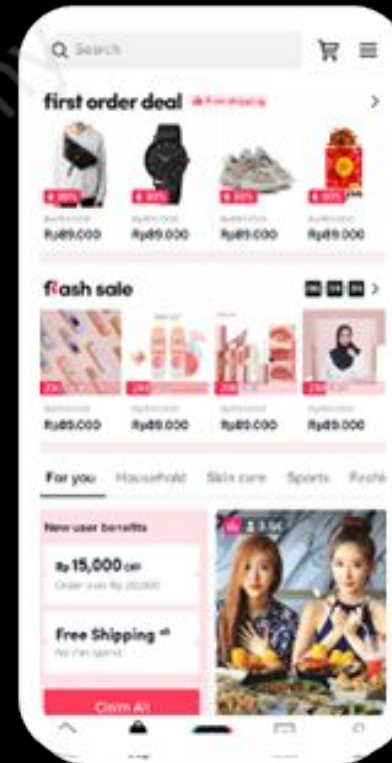
ช่องทางทำโฆษณาบน TikTok Shop



วิดีโอที่ติด
ตะกร้าสินค้า



ไลฟ์สินค้า



หน้า ShopTab

2. ໄໝໝາບນ TikTok Shop ມີທີ່ປະເທດ

ประเภทของโฆษณาบน TikTok Shop

GMV Max

- โฆษณาแบบตั้งค่าอัตโนมัติโดยระบบ
- กำหนดแค่ค่า ROI
- สร้างได้ใน Seller Center

Shopping Ads

- โฆษณาแบบที่ร้านค้ากำหนดการตั้งค่าได้เอง
- กำหนดค่าโฆษณาได้หลากหลาย
- สร้างได้บน TikTok Ads Manager

โฆษณาแต่ละประเภทเหมาะกับใคร

GMV Max

- ร้านที่ไม่รู้เกี่ยวกับการทำโฆษณามาก่อน เน้นใช้งานง่าย
- ต้องการยิงโฆษณาแบบภาพรวม เน้นเพิ่มยอดขายของร้านค้า

Shopping Ads

- ร้านที่มีความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับการตั้งค่าโฆษณา
- มีโจทย์ในการทำโฆษณาแบบชัดเจน เช่น เพิ่มการมองเห็น/ยอดขายในช่องทางที่กำหนด

3. ทำความรู้จักกับ GMV Max

- Product GMV Max
- Live GMV Max

ทำความรู้จักกับ GMV Max

GMV Max เป็นโฆษณาแบบอัตโนมัติ ที่จะช่วยเพิ่มยอดขายร้านค้า จากกลุ่มผู้ใช้งาน TikTok ที่เห็นคอนเทนต์ในหน้า Feed รวมถึง Shop Tab ซึ่ง GMV Max จะสามารถยิงโฆษณาได้ 2 รูปแบบ ได้แก่

- **Product GMV Max** : เป็นการยิงโฆษณาผ่าน 2 ช่องทาง ดังนี้ (ไม่สามารถแยกยิงโฆษณาในช่องทางใดช่องทางหนึ่งได้)
 - หน้า Shop Tab
 - วิดีโอสั้นในหน้า Feed
- **Live GMV Max** : เป็นการยิงโฆษณาในช่องทางไลฟ์สตรีมมิ่ง

ทำความรู้จักกับ GMV Max

4 ขั้นตอนในการสร้างโฆษณา GMV Max

1

เข้าสู่ Seller Center

2

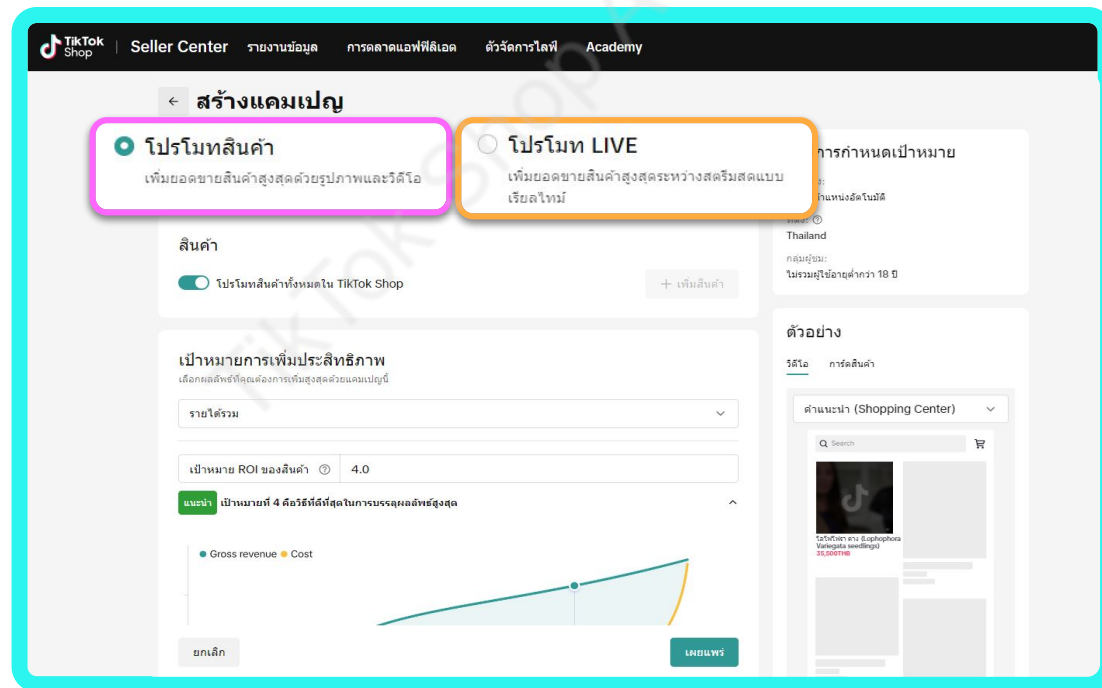
เลือก “สร้างโฆษณา GMV Max”

3

กำหนดเป้าหมาย ROI

4

ใส่งบประมาณ



หน้าการตั้งค่าโฆษณา GMV Max ใน Seller Center

ขั้นตอนการสร้าง GMV Max

The screenshot shows the TikTok Shop Seller Center interface. On the left sidebar, the 'โปรโมชั่นร้านค้า' (Store Promotion) menu item is highlighted with a red box and a red circle with the number '1'. In the main content area, the 'สร้างโฆษณา GMV Max' (Create GMV Max Ad) button is highlighted with a red box and a red circle with the number '2'. The interface also shows the user's name 'C.bead', a 'จัดการบัญชี' (Manage Account) link, and a summary of the campaign with various metrics.

แดชบอร์ดโฆษณา | วิธีการใช้งานและความช่วยเหลือ

สร้างโฆษณา GMV Max | สร้าง Shop Ads ที่กำหนดเอง

C.bead | รายการหลัก | จัดการบัญชี

ไม่มีรายละเอียดการชำระเงิน | เพิ่มข้อมูลการเรียกเก็บเงิน

C.bead | เวลากรุงเทพ (UTC+07:00) | ก.พ. 04, 2025 - ก.พ. 11, 2025

ภาพรวม
การรายงานรวมถึงโฆษณา GMV Max ที่สร้างบนตัวจัดการโฆษณาบน TikTok และ TikTok Seller Center

ต้นทุน ②	คำสั่งซื้อ (SK... ②	ต้นทุนต่อคำสั่ง... ②	รายได้ขั้นต้น ①	ROI ②
0.00 THB	0	0.00 THB	0.00 THB	0.00
เมื่อเทียบกับ 7 วันที่ผ่านมา -	เมื่อเทียบกับ 7 วันที่ผ่านมา -	เมื่อเทียบกับ 7 วันที่ผ่านมา -	เมื่อเทียบกับ 7 วันที่ผ่านมา -	เมื่อเทียบกับ 7 วันที่ผ่านมา -

● ต้นทุน ● คำสั่งซื้อ (SKU)

ต้นทุน คำสั่งซื้อ (SKU)

เข้าสู่ Seller Center

- 1 เลือกเมนู “โปรโมชั่นร้านค้า”
- 2 เลือก “สร้างโฆษณา GMV Max”

ขั้นตอนการตั้งค่า Product GMV Max

ขั้นตอนการสร้าง Product GMV Max

1 โปรโมทสินค้า

เพิ่มยอดขายสินค้าสูงสุดด้วยรูปภาพและวิดีโอ

1.1 สินค้า

โปรโมชั่นสินค้าทั้งหมดใน TikTok Shop

1.2 + เพิ่มสินค้า

สรุปการกำหนดเป้าหมาย

ตำแหน่ง: การจัดตำแหน่งอัตโนมัติ

ที่ตั้ง: Thailand

กลุ่มผู้ชม: ไม่รวมผู้ใช้อย่างต่ำกว่า 18 ปี

ตัวอย่าง

วิดีโอ การ์ดสินค้า

คำแนะนำ (Shopping Center)

Q Search

โกลโฟฟิรา ดาง (Lophophora Variegata seedlings) 35,500THB

เป้าหมายการเพิ่มประสิทธิภาพ

เลือกผลลัพธ์ที่คุณต้องการเพิ่มสูงสุดด้วยแคมเปญนี้

รายได้รวม

เป้าหมาย ROI ของสินค้า 4.0

แนะนำ เป้าหมายที่ 4 คือวิธีที่ดีที่สุดในการบรรลุผลลัพธ์สูงสุด

Gross revenue Cost

ยกเลิก เผยแพร่

1 เลือก “โปรโมทสินค้า”

1.1 หากต้องการทำโฆษณาสำหรับสินค้าทั้งร้าน เลือกเปิด “โปรโมทสินค้าทั้งหมดใน TikTok Shop”

1.2 หากต้องการโฆษณาเฉพาะบางสินค้า ให้ปิด “โปรโมทสินค้าทั้งหมดใน TikTok Shop” และคลิกที่ “เพิ่มสินค้า”

โฆษณาแบบ Product GMV Max จะไม่สามารถทำพร้อมกับโฆษณา Shopping Ads เช่น VSA หรือ PSA ได้ แนะนำให้กดปิดโฆษณา Shopping Ads ที่ทำอยู่ ก่อนเริ่มทำโฆษณา GMV Max

ขั้นตอนการสร้าง Product GMV Max

การเพิ่มประสิทธิภาพและงบประมาณ

เป้าหมายการเพิ่มประสิทธิภาพ

รายได้รวม

เพิ่มรายได้รวมสูงสุด พร้อมทั้งบรรลุผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ที่คุณกำหนดเป้าหมาย

เป้าหมาย ROI ของสินค้า

2

2.0

👉 แนะนำเป้าหมายของ 2 ตามการใช้จ่ายและรายได้โฆษณาของคุณที่ผ่านมา

คำนวณ ROI ที่แนะนำของคุณอย่างไร

ROI ของสินค้า = รายได้ขั้นต้นทั้งหมดของสินค้า (ไม่ใช่ LIVE GMV, แบบชำระเงินและแบบออร์แกนิก)หารด้วยค่าใช้จ่ายโฆษณา

เมื่อพิจารณาจาก ROI เฉลี่ยสำหรับหมวดหมู่สินค้าของคุณ เราแนะนำให้กำหนดเป้าหมายที่ 2 หรือต่ำกว่า

ROI จริงจะอยู่ที่ประมาณ 80-120% ของเป้าหมายของคุณและจะสะท้อนถึงรายได้ขั้นต้นทั้งหมดสำหรับสินค้าที่คุณเลือกหรือการสตรีมสด

งบประมาณรายวัน

3

7,000

THB

💰 เงินคืน 50% *

👉 แนะนำงบประมาณรายวันจำนวน 7,000.00 ตามการใช้จ่ายโฆษณาที่ผ่านมาของคุณ งบประมาณจะถูกใช้เมื่อถึงเป้าหมาย ROI ของคุณแล้วเท่านั้น

คำนวณงบประมาณที่แนะนำของคุณอย่างไร

งบประมาณที่แนะนำสำหรับคุณจะคำนวณจากค่าใช้จ่ายโฆษณาสินค้าที่คุณเลือกโดยเฉลี่ยหรือค่าใช้จ่ายโฆษณาโดยเฉลี่ยในหมวดหมู่สินค้าของคุณจากช่วง 14 วันที่ผ่านมา แนะนำให้เพิ่มงบประมาณเพื่อให้แน่ใจว่าดำเนินการส่งตลอดทั้งวัน เนื่องจากงบประมาณที่น้อยกว่าอาจถูกใช้หมดอย่างรวดเร็วและจำกัดประสิทธิภาพแคมเปญของคุณ

สรุปการกำหนดเป้าหมาย

ตำแหน่ง:

การจัดตำแหน่งอัตโนมัติ

ที่ตั้ง: ①

Thailand

กลุ่มผู้ชม:

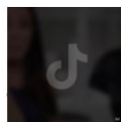
ไม่รวมผู้ใช้อยู่น้อยกว่า 18 ปี

ตัวอย่าง

วิดีโอ การ์ดสินค้า

คำแนะนำ (Shopping Center)

Q Search



แท่นเสียบอร์ดกราฟิกมือสอง
Veikk A30 V2 ขนาด 10x6 นิ้ว...
5999THB

ขั้นตอนการสร้าง Product GMV Max

4

คลิก **จัดการครีเอทีฟ** เพื่อขึ้นงานโฆษณา โดยสามารถเลือกแบบสองรูปแบบคือ

- **เลือกวิดีโออัตโนมัติ** โดยระบบจะดึงจากวิดีโอในร้านค้า หรือ วิดีโอจากครีเอเตอร์ที่ให้สิทธิ์อนุญาต
- **เลือกวิดีโอด้วยตนเอง**

หากต้องการใช้วิดีโอจากครีเอเตอร์ คลิกที่ **โพสต์แอปฟลิเอต**

4.1

เปลี่ยนไปใช้แบบด้วยตนเอง

4.2

3 แหล่งที่มาวิดีโอ 1 บัญชี TikTok

แหล่งที่มาวิดีโอ

- ☒ โพสต์ที่ได้รับอนุญาต
- ☒ โพสต์แอปฟลิเอต
- ☒ โพสต์ที่ได้รับการปรับแต่ง

ยกเลิก

ตกลง

เพิ่มโพสต์

Shop

ขึ้นงานโฆษณา

การเลือกวิดีโอโฆษณาอัตโนมัติจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญของคุณโดยใช้โพสต์ที่ดีที่สุดที่พร้อมใช้งานซึ่งมีสินค้าของคุณ จัดการครีเอทีฟเพื่อดู เพิ่ม หรือเลือกโพสต์ด้วยตนเองเพื่อโปรโมทสินค้าของคุณ

ครีเอทีฟที่เลือกอัตโนมัติรวมถึงโพสต์ TikTok ที่มีอยู่ทั้งหมด

📌 ดำเนินแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดของขึ้นงานโฆษณาสำเร็จแล้ว 3/3

- ✓ เปิดใช้งานเลือกอัตโนมัติเพื่อใช้ขึ้นงานโฆษณาที่มีประสิทธิภาพที่สุดของคุณ
- ✓ เปิดใช้งานขึ้นงานโฆษณาแอปฟลิเอตสำหรับโฆษณา
- ✓ อนุญาตให้บัญชี TikTok ที่ไม่พร้อมใช้งานเพิ่มปริมาณขึ้นงานโฆษณาได้สูงสุด [ตรวจสอบบัญชี](#)

แนะนำให้เพิ่มโพสต์อย่างน้อยห้ารายการในแคมเปญของคุณ ใช้ "จัดการขึ้นงานโฆษณา" เพื่ออนุญาตให้โพสต์ด้วยรหัสวิดีโอและเพิ่มโพสต์ที่ได้รับการปรับแต่งในแคมเปญนี้

กำหนดการ

เขตเวลา: เวลากรุงเทพ (UTC+07:00) ⓘ

2025-02-05 11:27:49



ให้แคมเปญทำงานอย่างต่อเนื่องหลังจากเวลาเริ่มต้นที่กำหนดไว้

☐ กำหนดเวลาสิ้นสุด

ชื่อแคมเปญ

📌 ดำเนินการตั้งค่าที่เหมาะสมสำเร็จแล้ว 3/3

ยกเลิก

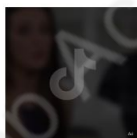
เผยแพร่

ตัวอย่าง

วิดีโอ การ์ดสินค้า

คำแนะนำ (Shopping Center) ▾

🔍 Search



แท็บเล็ตประมวลผลกราฟิกสอง
Veikk A30 V2 ขนาด 10x6 นิ้ว...
599THB

จัดการครีเอทีฟ

เพิ่มโพสต์ ▾

เลือกวิดีโออัตโนมัติ +

การเลือกวิดีโอโฆษณาอัตโนมัติจะเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญด้วยวิดีโอที่ดีที่สุดที่พร้อมใช้งานซึ่งมีสินค้าของคุณ จัดการครีเอทีฟเพื่อดู เพิ่ม หรือเลือกโพสต์ด้วยตนเองเพื่อโปรโมทสินค้าของคุณ

โพสต์ที่ได้รับอนุญาต ⓘ

โพสต์แอปฟลิเอต ⓘ

โพสต์ที่ได้รับการปรับแต่ง ⓘ

เพิ่ม
การเพิ่มโพ
สใดก็ตามที่



ขั้นตอนการสร้าง Product GMV Max

ขั้นตอนโฆษณา

การเลือกวิดีโอโฆษณาอัตโนมัติจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญของคุณโดยใช้โพสต์ที่ดีที่สุดที่พร้อมใช้งานซึ่งมีสินค้าของคุณ จัดการครีเอทีฟเพื่อดู เพิ่ม หรือเลือกโพสต์ด้วยตนเองเพื่อโปรโมทสินค้าของคุณ

ครีเอทีฟที่เลือกอัตโนมัติรวมถึงโพสต์ TikTok ที่มีอยู่ทั้งหมด

จัดการครีเอทีฟ

📊 ดำเนินแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดของขั้นตอนโฆษณาสำเร็จแล้ว 3/3

กำหนดการ

เขตเวลา: เวลากรุงเทพ (UTC+07:00) ⓘ

5

2025-02-05 11:27:49



ให้แคมเปญทำงานอย่างต่อเนื่องหลังจากเวลาเริ่มต้นที่กำหนดไว้

☐ กำหนดเวลาสิ้นสุด

ชื่อแคมเปญ

6

GMV Max ของสินค้า_รายได้รวม_Test



📊 ดำเนินการตั้งค่าที่เหมาะสมสำเร็จแล้ว 3/3

ยกเลิก

เผยแพร่

ตัวอย่าง

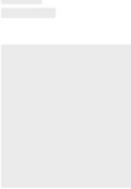
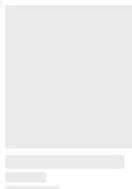
วิดีโอ การ์ดสินค้า

คำแนะนำ (Shopping Center) ▼

Q Search



แท็บเล็ตราคาพิเศษของ
Veikk A30 V2 ขนาด 10x6 นิ้ว...
\$999THB



สินค้าแต่ละรายการจะปรากฏเป็นโฆษณาแต่ละรายการแยกจากกันในตำแหน่งที่เลือก หากมีการนำเสนอสินค้าใดๆ ที่เลือกในวิดีโอ วิดีโอที่เกี่ยวข้องก็จะถูกเลือกเพื่อใช้ในการนำเสนอ โฆษณาทั่วไปอาจมีลักษณะเช่นนี้

5

ใส่ช่วงเวลาที่ต้องการ

ควรกำหนดไว้อย่างน้อย 7 วันเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

6

ตั้งชื่อแคมเปญ เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพภายหลัง

7

กด เผยแพร่

ขั้นตอนการตั้งค่า Live GMV Max

ขั้นตอนการสร้าง Live GMV Max

TikTok Shop | Seller Center

ข้อความจากลูกค้า

← สร้างแคมเปญ

☐ โปรโมทสินค้า
เพิ่มยอดขายสินค้าสูงสุดด้วยรูปภาพและวิดีโอ

☒ โปรโมท LIVE
เพิ่มยอดขายสินค้าสูงสุดระหว่างสตรีมสดแบบเรียลไทม์

2 แหล่งที่มาของ LIVE
เลือกที่จะรับ LIVE ที่คุณต้องการโปรโมทจากที่ใด

Tiktok Test

3 เป้าหมายการเพิ่มประสิทธิภาพ

รายได้รวม
เพิ่มรายได้รวมสูงสุด พร้อมทั้งบรรลุผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ที่คุณกำหนดเป้าหมาย

4 เป้าหมาย ROI ของ LIVE
2.0

แนะนำเป้าหมายของ 2 ตามการใช้จ่ายและรายได้โฆษณาของคุณที่ผ่านมา

งบประมาณรายวัน
7,000 THB

ยกเลิก

เผยแพร่

สรุปการกำหนดเป้าหมาย

ตำแหน่ง:
การจัดตำแหน่งอัตโนมัติ

ที่ตั้ง: 📍
Thailand

กลุ่มผู้ชม:
รวมผู้ใช้อายุต่ำกว่า 18 ปี

ตัวอย่าง

คอนเทนต์ของคุณจะแสดงให้ผู้ใช้เห็นเมื่อเข้าสู่ TikTok LIVE ของคุณ

LIVE วิดีโอที่มีอยู่

1 เลือก “โปรโมท Live”

2 เลือก “แหล่งที่มาของ LIVE”

หมายถึง ระบุช่อง TikTok ที่ใช้ในการไลฟ์ โดยใส่ TikTok Identity หรือ UID ของช่องนั้น ๆ

(หากไม่สามารถคลิกเลือกช่อง TikTok ที่ต้องการได้อาจเป็นเพราะว่า มีแคมเปญโฆษณา Live GMV Max ตัวอื่น หรือ โฆษณา LSA ที่ใช้งานช่องเดียวกันอยู่)

3 เป้าหมายการเพิ่มประสิทธิภาพจะ

กำหนดไว้ที่ “รายได้รวม”

เพื่อเพิ่มรายได้รวมสูงสุด ROI ที่กำหนด

4 ใส่เป้าหมาย ROI

(แนะนำให้ใช้เป้าหมาย ROI ที่ระบบแนะนำ หากตั้งเป้าหมาย ROI สูงเกินไปอาจทำให้การนำเสนอช้าลง)

ขั้นตอนการสร้าง Live GMV Max

TikTok Shop

Seller Center

ข้อความจากลูกค้า

เพิ่มรายได้รวมสูงสุด พร้อมทั้งบรรลุลดตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ที่คุณกำหนดเป้าหมาย

เป้าหมาย ROI ของ LIVE

2.0

แนะนำเป้าหมายของ 2 ตามการใช้จ่ายและรายได้โฆษณาของคุณที่ผ่านมา

5

งบประมาณรายวัน

7,000

THB

แนะนำงบประมาณรายวันจำนวน 7,000.00 ตามการใช้จ่ายโฆษณาที่ผ่านมาของคุณ งบประมาณจะถูกใช้เมื่อถึงเป้าหมาย ROI ของคุณแล้วเท่านั้น

6

กำหนดการ

เขตเวลา: เวลากรุงเทพ (UTC+07:00)

2025-02-13 10:03:57

ให้แคมเปญทำงานอย่างต่อเนื่องหลังจากเวลาเริ่มต้นที่กำหนดไว้

☐ กำหนดเวลาสิ้นสุด

7

ชื่อแคมเปญ

LIVE GMV Max_รายได้รวม_C.bead_20250213100544

8

ยกเลิก

เผยแพร่

ตำแหน่ง:
การจัดตำแหน่งอัตโนมัติ

ที่ตั้ง: Thailand

กลุ่มผู้ชม:
ไม่รวมผู้ใช้อายุต่ำกว่า 18 ปี

ตัวอย่าง

คอนเทนต์ของคุณจะแสดงให้ผู้ใช้เห็นเมื่อเข้าสู่ TikTok LIVE ของคุณ

LIVE

วิดีโอที่มีอยู่

LIVE

Following For You

Tap to watch LIVE

LIVE now

@Name

Ad text

Sponsored

มีวัตถุประสงค์เพื่อการแสดงผลเป็นภาพประกอบเท่านั้น อินเทอร์เฟซผู้ใช้จริงอาจแตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น อุปกรณ์และภาษา

5 ใส่งบประมาณ

สามารถใส่งบประมาณตามที่ระบบแนะนำ เพราะค่า ROI มีผลต่อการวิ่งของโฆษณา

ใช้ง่าย เข้าใจได้ >

เพิ่มสินค้าหรือลดเป้าหมาย ROI ลงเล็กน้อย

ใช้ง่ายเร็วเกินไป >

เพิ่มงบประมาณแคมเปญหรือปรับเป้าหมาย ROI ขึ้น

6 ใส่วงเวลาที่ต้องการ

แนะนำให้ใช้ค่าเริ่มต้นเพื่อให้โฆษณาแสดงอย่างต่อเนื่อง

7 ตั้งชื่อแคมเปญ

เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพภายหลัง

8 กด เพย์ลอร์

กด เพย์แลร์

การดูประสิทธิภาพ GMV Max

การดูประสิทธิภาพ GMV Max

ดูประสิทธิภาพการทำโฆษณาได้ตามช่วงเวลาที่ต้องการ (ดูข้อมูลย้อนหลังได้ 3 เดือนเท่านั้น) และเลือกตัวชี้วัดต่อไปนี้ (เลือกได้ครั้งละ 2 ตัวชี้วัด)

The screenshot shows the TikTok Shop Seller Center interface. The main content area displays the 'แดชบอร์ดโฆษณา' (Advertising Dashboard) for a campaign named 'C.bead'. The dashboard includes a table with the following columns and values:

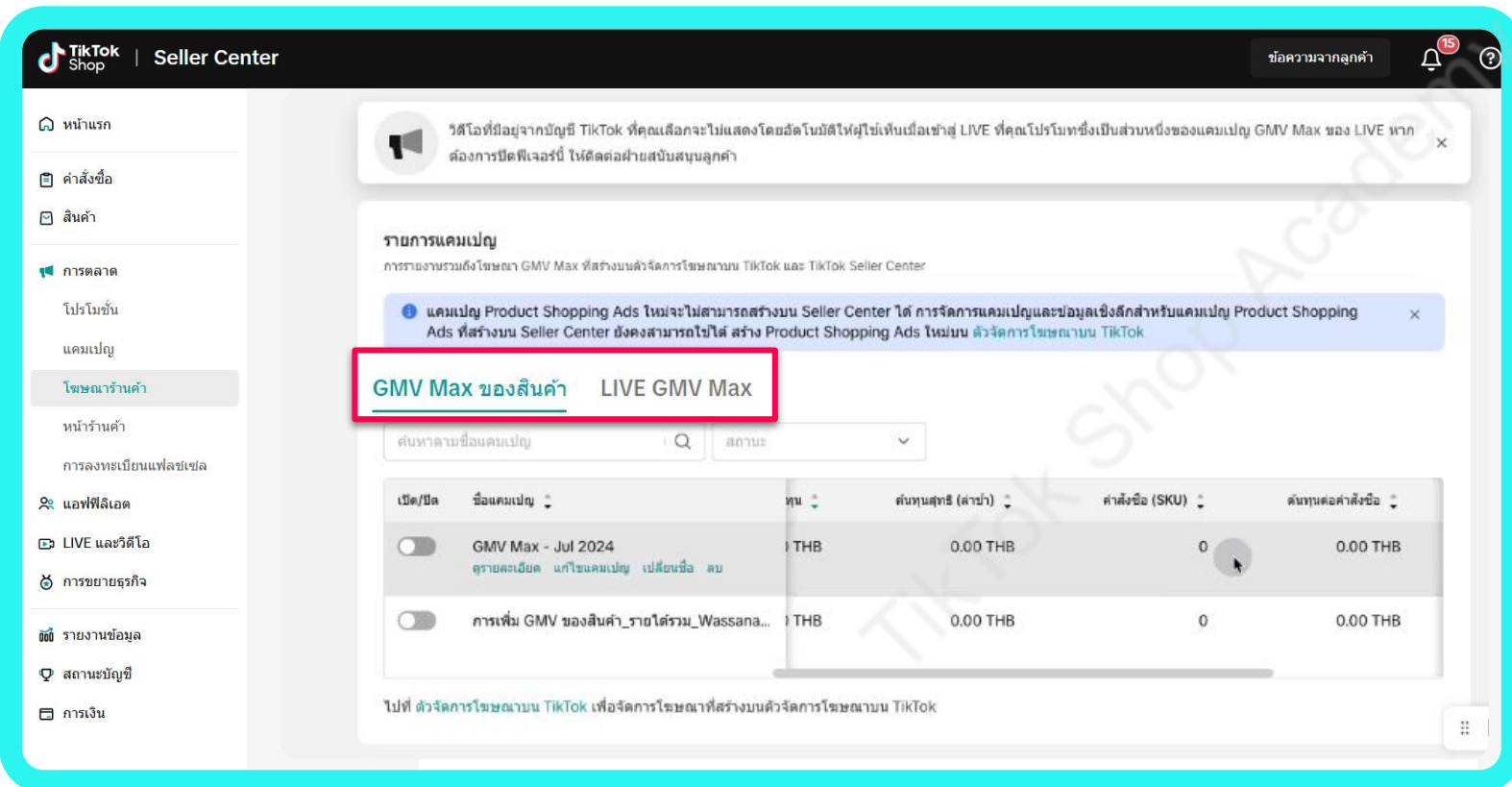
ต้นทุน (Cost)	คำสั่งซื้อ (Sales)	ต้นทุนต่อคำสั่งซื้อ (Cost per Sale)	รายได้ขั้นต้น (Revenue)	ROI
0.00 THB	0	0.00 THB	0.00 THB	0.00

The first two columns, 'ต้นทุน' and 'คำสั่งซื้อ', are highlighted with a red box, indicating they are selected for the report. The date range for the report is set to 'ก.พ. 04, 2025 - ก.พ. 11, 2025'.

- **ต้นทุน**
จำนวนเงินทั้งหมดที่คุณใช้จ่ายไปกับโฆษณาในช่วงที่กำหนด
- **คำสั่งซื้อ (SKU)**
จำนวนคำสั่งซื้อที่เกิดขึ้นระหว่างแคมเปญ
- **ต้นทุนต่อคำสั่งซื้อ**
ต้นทุนโดยเฉลี่ยที่เกิดขึ้นสำหรับการสั่งซื้อแต่ละครั้ง (ต้นทุน/คำสั่งซื้อ)
- **รายได้รวมทั้งหมด**
รายได้รวมทั้งหมดของคำสั่งซื้อใน TikTok Shop
- **ROI**
รายได้รวมทั้งหมด/ต้นทุน

การดูประสิทธิภาพ GMV Max

เลือกดูข้อมูลของ Product GMV Max หรือ Live GMV Max ได้จากแท็บด้านล่าง



ตัวชี้วัดประสิทธิภาพของ Product GMV Max

- ชื่อแคมเปญ
- สถานะ
- เวลาที่กำหนด
- งบประมาณรายวัน
- ROI เป้าหมาย
- ต้นทุน
- ต้นทุนสุทธิ (ค่าเช่า)
- คำสั่งซื้อ (SKU)
- ต้นทุนต่อคำสั่งซื้อ
- รายได้ขั้นต้น
- ROI

ตัวชี้วัดประสิทธิภาพของ Live GMV Max

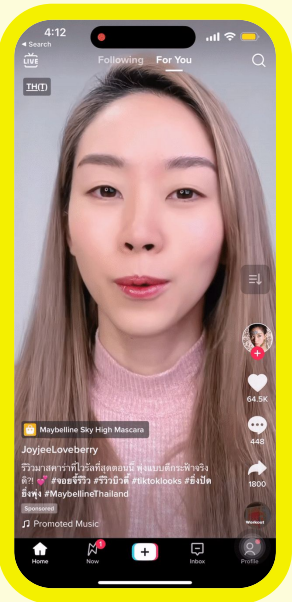
- ชื่อแคมเปญ
- บัญชี TikTok ที่ใช้ได้
- สถานะ
- เวลาที่กำหนด
- งบประมาณรายวัน
- ROI เป้าหมาย
- ต้นทุน
- ต้นทุนสุทธิ (ค่าเช่า)
- คำสั่งซื้อ (SKU)
- ต้นทุนต่อคำสั่งซื้อ
- รายได้ขั้นต้น
- ROI
- LIVE views
- Cost per LIVE view
- 10-sec LIVE views
- Cost per 10-sec LIVE view
- LIVE follows

4. ทำความรู้จักกับ Shopping Ads

- Video Shopping Ads
- Live Shopping Ads
- Product Shopping Ads

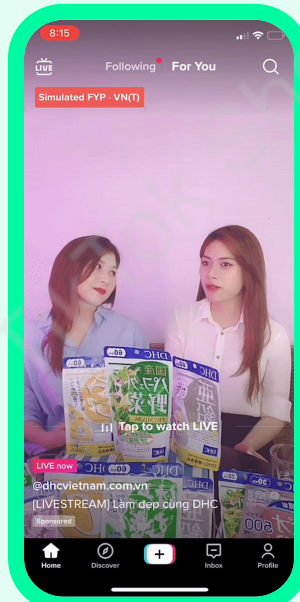
ทำความรู้จักกับ Shopping Ads

TikTok Shopping Ads เป็นโฆษณาที่ช่วยส่งเสริมการขายผ่านทาง TikTok Shop ได้ในหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น ยอดขาย การมองเห็น หรือ การสร้างฐานลูกค้า เป็นต้น ซึ่งร้านค้าสามารถตั้งค่าโฆษณาได้ในหลายระดับตามจุดประสงค์ที่ต้องการ Shopping Ads สามารถยิงโฆษณาได้ 3 รูปแบบ ได้แก่



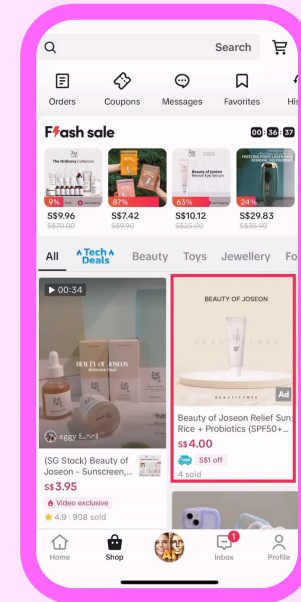
Video Shopping Ads

- เพิ่มการมองเห็นสินค้าให้สูงขึ้นและปิดการขายในช่องทางเดียว



Live Shopping Ads

- เพิ่มจำนวนผู้เข้าชมไลฟ์
- ช่วยเข้าถึงกลุ่มผู้ชมใหม่
- เพิ่มจำนวนการคลิกสินค้า

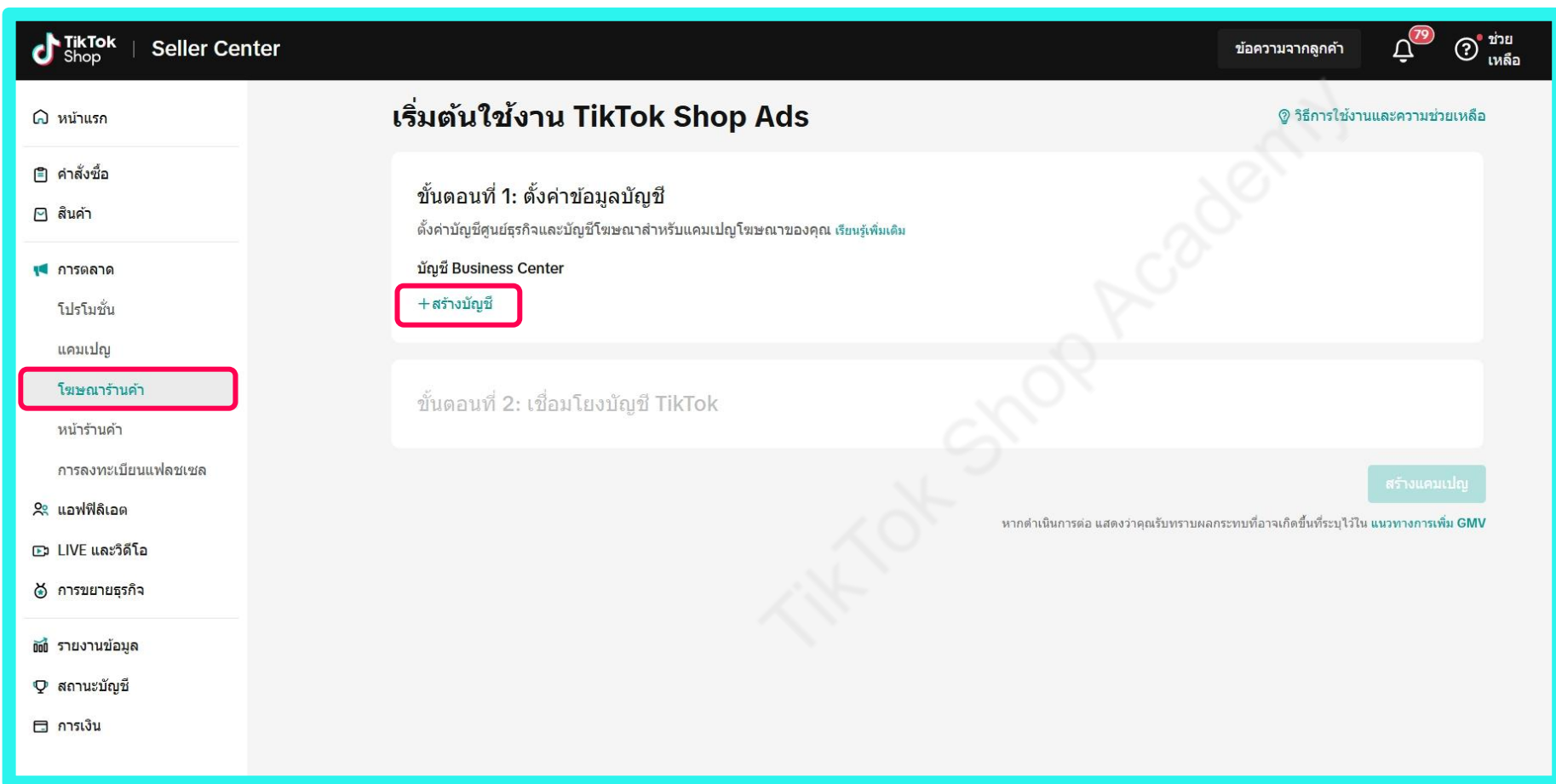


Product Shopping Ads

- ดันอันดับสินค้าจากหน้าแสดงผลการค้นหาในหน้า Shop Tab

วิธีการสร้างบัญชี TikTok Shop Ads Manager

การตั้งค่าบัญชีโฆษณา



เข้าที่ Seller Center

เลือกเมนู “การตลาด”

1. คลิกที่ “โฆษณาร้านค้า”

2. เลือก “สร้างบัญชี”

การตั้งค่าบัญชีโฆษณา

การยืนยันข้อมูลบัญชี

ข้อมูลติดต่อ

ชื่อผู้ติดต่อ: [Redacted] อีเมลผู้ติดต่อ: [Redacted]

หมายเลขโทรศัพท์: [Redacted]

ข้อมูลบัญชีโฆษณา

สร้างบัญชี | เชื่อมต่อบัญชี

ชื่อบัญชีโฆษณา: [Redacted] เขตเวลาในบัญชี: เวลากรุงเทพ (UTC+07:00)

☐ เมื่อคลิกที่นี่หมายความว่าฉันยอมรับ [TikTok Commercial Terms of Service](#), [TikTok Advertising Terms](#) และ [TikTok Payment Terms](#)

ผลิตภัณฑ์ของคุณจะขึ้นกับศูนย์ธุรกิจและแสดงผ่านประสบการณ์การค้นพบผลิตภัณฑ์ของ TikTok คุณสามารถจัดการสิทธิ์ในการตั้งค่าของคุณ

ยกเลิก | **ยืนยัน**

กรณีสมัครบัญชีโฆษณา เป็นครั้งแรก คลิกที่แถบ “สร้างบัญชี”

1. ใส่ข้อมูลเพื่อยืนยันข้อมูลบัญชี
ของท่าน
2. คลิกที่ “ยอมรับเงื่อนไข”
3. จากนั้นกด “ยืนยัน”

การตั้งค่าบัญชีโฆษณา

การยืนยันข้อมูลบัญชี

ข้อมูลติดต่อ

ชื่อผู้ติดต่อ

อีเมลผู้ติดต่อ

หมายเลขโทรศัพท์

ข้อมูลบัญชีโฆษณา

สร้างบัญชี

เชื่อมต่อบัญชี

ผู้ดูแลบัญชีโฆษณาสามารถอนุมัติคำขอในการแจ้งเตือนของตัวจัดการโฆษณาบน TikTok หลังจากอนุมัติ ผู้ดูแลก็จะยังคงเป็นเจ้าของบัญชีโฆษณาเช่นเดิม

ID บัญชีโฆษณา

ต้องการค้นหา ID หรือไม่

ป้อน ID บัญชีโฆษณา

ผลิตภัณฑ์ของคุณจะขึ้นกับศูนย์ธุรกิจและแสดงผ่านประสบการณ์การค้นพบผลิตภัณฑ์ของ TikTok คุณสามารถจัดการสิทธิ์ในการตั้งค่าของ

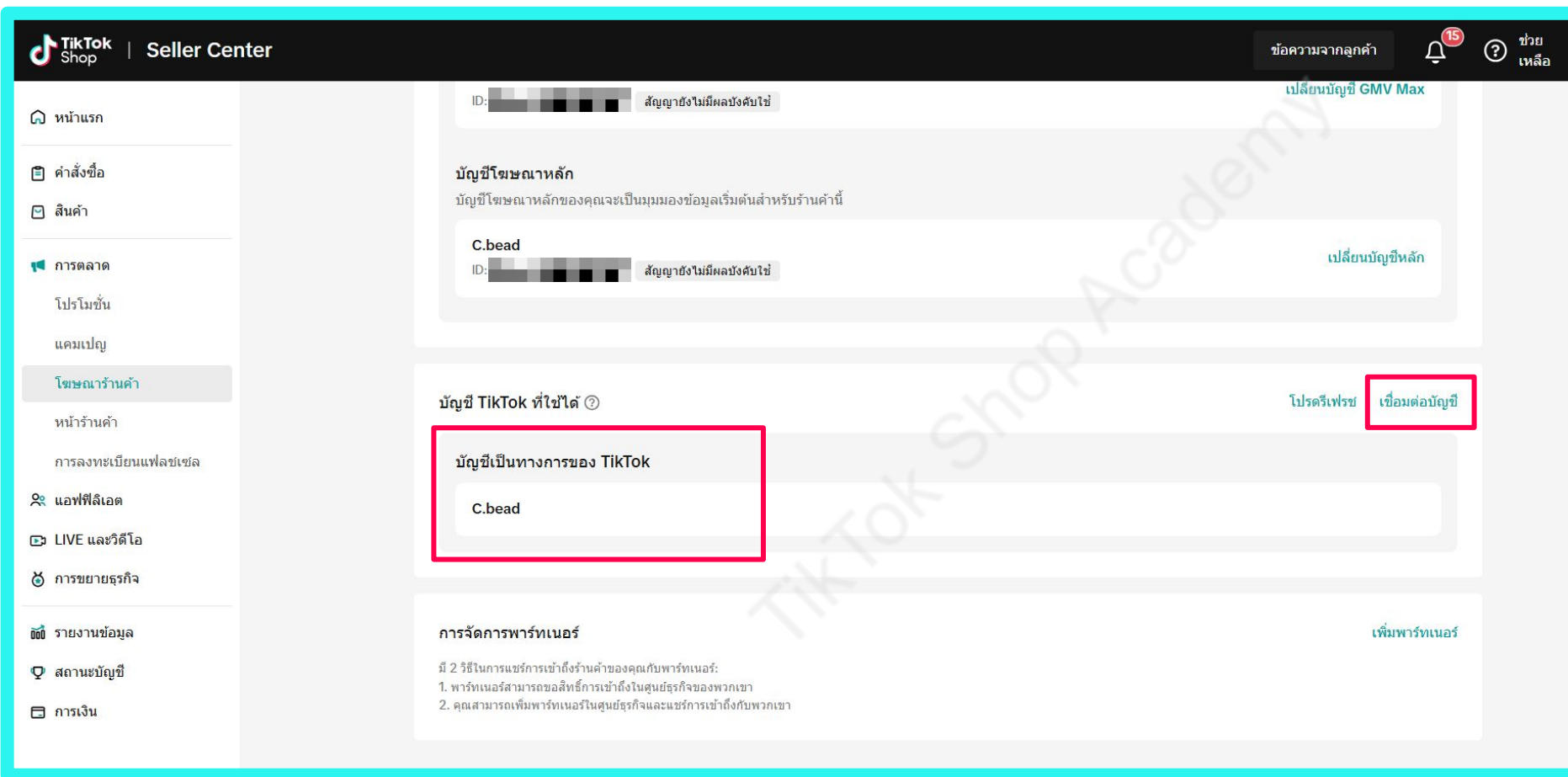
ยกเลิก

ยืนยัน

หากมีบัญชีโฆษณาอยู่แล้ว
คลิกที่ “เชื่อมต่อบัญชี”

1. ใส่ ID บัญชีโฆษณา เพื่อค้นหา
2. จากนั้นกด “ยืนยัน”

การตั้งค่าบัญชีโฆษณา



เชื่อมโยงบัญชี TikTok ที่ต้องการแสดงโฆษณา

1. ตรวจสอบชื่อบัญชี TikTok
2. หากต้องการเพิ่มบัญชีอื่นๆ คลิที่ “เชื่อมต่อบัญชี”

เข้าใจโครงสร้างแคมเปญโฆษณา

โครงสร้างแคมเปญโฆษณา

ความหมาย และหน้าที่ในการทำโฆษณา

Account - บัญชีโฆษณา

=

บัญชีโฆษณาของร้านค้า

Campaign - แคมเปญ

=

วัตถุประสงค์การโฆษณา เช่น เพิ่มการมองเห็น, เพิ่มผู้ติดตาม หรือ เพิ่มยอดขายสินค้า เป็นต้น

Ad Groups - กลุ่มโฆษณา

=

ตั้งค่ารายละเอียดโฆษณาให้ตรงตามวัตถุประสงค์ เช่น งบประมาณ, กลุ่มผู้ชม, เวลาที่เริ่ม เป็นต้น

Ads

Ads

Ads

Ads

=

เลือกวิดีโอคลิปที่ตอบโจทย์กับโฆษณา

เริ่มต้นสร้างโฆษณา Shopping Ads

- กำหนดรายละเอียดในระดับแคมเปญ (Campaign)

เข้าสู่หน้า TikTok Ads Manager

The screenshot shows the TikTok Seller Center interface. On the left sidebar, the 'โฆษณาร้านค้า' (Store Ads) menu item is highlighted with a red box. The main content area displays the 'รายการแคมเปญ' (Campaigns) section, which includes a notification about Product Shopping Ads and a table for listing campaigns. The table has columns for 'เปิด/ปิด' (On/Off), 'ชื่อแคมเปญ' (Campaign Name), 'สถานะ' (Status), 'เวลาที่กำหนด' (Scheduled Time), 'งบประมาณ ROI เป้าหมาย' (Target ROI Budget), and 'งบประมาณการ' (Budget). A red box highlights the text 'ไปที่ ตัวจัดการโฆษณาบน TikTok' (Go to TikTok Store Ads Manager) at the bottom of the table.

หน้าแรก

คำสั่งซื้อ

ผลิตภัณฑ์

การตลาด

โปรโมชั่น

แคมเปญ

โฆษณาร้านค้า

หน้าร้านค้า

การลงทะเบียนแพลตฟอร์ม

แอปฟีดลีด

LIVE และวิดีโอ

การขายธุรกิจ

รายงานข้อมูล

สถานะบัญชี

การเงิน

รายการแคมเปญ

การรายงานรวมถึงโฆษณา GMV Max ที่สร้างบนตัวจัดการโฆษณาบน TikTok และ TikTok Seller Center

แคมเปญ Product Shopping Ads ใหม่จะไม่สามารถสร้างบน Seller Center ได้ การจัดการแคมเปญและข้อมูลเชิงลึกสำหรับแคมเปญ Product Shopping Ads ที่สร้างบน Seller Center ยังคงสามารถใช้ได้ สร้าง Product Shopping Ads ใหม่บน ตัวจัดการโฆษณาบน TikTok

การเพิ่ม GMV ของสินค้า

การเพิ่ม GMV ของ LIVE

ค้นหาตามชื่อแคมเปญ

สถานะ

ส่งออกข้อมูล

เปิด/ปิด	ชื่อแคมเปญ	สถานะ	เวลาที่กำหนด	งบประมาณ ROI เป้าหมาย	งบประมาณการ
ไม่พบแคมเปญ					

ไปที่ ตัวจัดการโฆษณาบน TikTok เพื่อจัดการโฆษณาที่สร้างบนตัวจัดการโฆษณาบน TikTok

ร้านค้าสามารถเข้าสู่ ตัวจัดการโฆษณา ผ่าน Seller Center ได้ โดยเข้าไปที่

- การตลาด
- เลือก โฆษณาร้านค้า
- เลือก สร้าง Shop Ads ที่กำหนดเอง
- หรือเลื่อนลงมาด้านล่างและเลือกไปที่ **ตัวจัดการโฆษณาบน TikTok**

ขั้นตอนสร้างโฆษณา Shopping Ads

TikTok: ตัวจัดการโฆษณา แดชบอร์ด แคมเปญ เครื่องมือ การวิเคราะห์ GMV Max Tiktok Account ภาษาไทย บ 🛒

ยอดขายผลิตภัณฑ์2024101... + :

สร้างใหม่ ใช้ที่มีอยู่

วัตถุประสงค์การโฆษณา ?

การรับรู้

☐ การเข้าถึง

การพิจารณา

☐ จำนวนผู้เข้าชม

☐ ยอดชมวิดีโอ

☐ การโต้ตอบของชุมชน

คอนเวอร์ชัน

☐ การโปรโมทแอป >

☐ โซลูชันเพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย >

☐ คอนเวอร์ชันเว็บไซต์ >

☒ ยอดขายผลิตภัณฑ์ >

ยอดขายผลิตภัณฑ์

ขายผลิตภัณฑ์จาก TikTok Shop, เว็บไซต์ และแอปของคุณ

[เคล็ดลับ](#)

แหล่งที่มาของสินค้า

☐ แคตตาล็อก

โปรโมทผลิตภัณฑ์ของคุณจากแคตตาล็อกโดยใช้โฆษณาข้อปึงทางวิดีโอ ?

☒ TikTok Shop

โปรโมทสินค้าจากร้านค้าหรือพื้นที่แสดงสินค้า โดยใช้ Video Shopping Ads, LIVE Shopping Ads หรือ Product Shopping Ads ?

ออก ▼ บันทึกแบบร่างแล้ว ? ดำเนินการต่อ shop

1 วัตถุประสงค์การโฆษณา
หากต้องการเพิ่มยอดขาย ให้เลือก ยอดขายผลิตภัณฑ์

2 แหล่งที่มาของสินค้า
เลือก TikTok Shop

ขั้นตอนสร้างโฆษณา Shopping Ads

TikTok : ตัวจัดการโฆษณา แดชบอร์ด แคมเปญ เครื่องมือ การวิเคราะห์ GMV Max TikTok Account ภาษาไทย บ 🛒 🔔

Campaign Test + ⋮

☐ จำนวนผู้เข้าชม

☐ ยอดชมวิดีโอ

☐ การโต้ตอบของชุมชน

คอนเวอร์ชัน

☐ การโปรโมทแอป >

☐ โฆษณาร่วมเพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย >

☐ คอนเวอร์ชันเว็บไซต์ >

☒ ยอดขายผลิตภัณฑ์ >

☐ แคตตาล็อก

โปรโมทผลิตภัณฑ์ของคุณจากแคตตาล็อกโดยใช้โฆษณาข้อปึงทางวิดีโอ ?

☒ TikTok Shop

โปรโมทสินค้าจากร้านค้าหรือพื้นที่แสดงสินค้า โดยใช้ Video Shopping Ads, LIVE Shopping Ads หรือ Product Shopping Ads ?

3 ใส่ชื่อแคมเปญ (เพื่อประสิทธิภาพ)

4 ดำเนินการต่อ

การตั้งค่า

3 ชื่อแคมเปญ

Campaign | Test

☒ ตั้งงบประมาณของแคมเปญ ?

ไม่จำเป็นต้องกำหนดงบประมาณแคมเปญในขั้นตอนนี้ สามารถไปตั้งค่าด้านในได้

4 ดำเนินการต่อ

ออก ▼ บันทึกแบบร่างแล้ว ?

เริ่มต้นสร้างโฆษณา Shopping Ads

- กำหนดรายละเอียดในระดับกลุ่มโฆษณา (Ads Group)

ขั้นตอนสร้างโฆษณา Shopping Ads

TikTok: ตัวจัดการโฆษณา แดชบอร์ด แคมเปญ เครื่องมือ การวิเคราะห์ GMV Max Tiktok Account ภาษาไทย บ 🛒

Campaign Test

▼ **กลุ่มโฆษณา (Ad group)** 📄 ⋮

5 **ชื่อกลุ่มโฆษณา**

กลุ่มโฆษณา (Ad group) 📄 Template

6 **ประเภท Shop Ads**

โฆษณาข้อปึงทางวิดีโอ
ใช้วิดีโอหรือรูปภาพเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ของคุณ

โฆษณาข้อปึงผ่าน LIVE
ใช้การสตรีมแบบเรียลไทม์เพื่อโปรโมทและขายผลิตภัณฑ์ของคุณ

Product Shopping Ads
ใช้ภาพเพื่อโปรโมทสินค้าของคุณ

5 **ใส่ชื่อกลุ่มโฆษณา**

6 **เลือก ประเภท Shop Ads ที่ต้องการสร้าง**

- โฆษณาข้อปึงทางวิดีโอ (VSA)
- โฆษณาข้อปึงผ่าน LIVE (LSA)
- Product Shopping Ads (PSA)

รายละเอียดของแหล่งที่มาของสินค้า

☒ **TikTok Shop** ⓘ

📄 Tati Tiktok Account ▼ 🔄

☐ การแสดงผลผลิตภัณฑ์ ⓘ

ออก ▼ บันทึกแบบร่างแล้ว **ย้อนกลับ** **ดำเนินการต่อ**

ขั้นตอนสร้างโฆษณา Shopping Ads

(ใช้ VSA เป็นตัวอย่างในการตั้งค่าโฆษณา)

TikTok: ตัวจัดการโฆษณา แดชบอร์ด แคมเปญ เครื่องมือ การวิเคราะห์ GMV Max TikTok Account ภาษาไทย บ 🛒 🔔²

Campaign Test

▼ กลุ่มโฆษณา (Ad group) 📄 ⋮

ประเภท Shop Ads

1 **โฆษณาช้อปปิ้งทางวิดีโอ**
ใช้วิดีโอหรือรูปภาพเพื่อโปรโมทผลิตภัณฑ์ของคุณ

โฆษณาช้อปปิ้งผ่าน LIVE
ใช้การสตรีมแบบเรียลไทม์เพื่อโปรโมทและขายผลิตภัณฑ์ของคุณ

Product Shopping Ads
ใช้ภาพเพื่อโปรโมทสินค้าของคุณ

รายละเอียดของแหล่งที่มาของสินค้า

☒ TikTok Shop ⓘ

☐ TikTok Account ▼ 🔄

☐ การแสดงผลผลิตภัณฑ์ ⓘ

กลุ่มผู้ชมที่สามารถใช้ได้ ⓘ

ค่อนข้างกว้าง
49,062,000-59,966,000

สรุปลการกำหนดเป้าหมาย ⌵

1 เลือก **โฆษณาช้อปปิ้งทางวิดีโอ**

2 เลือก **TikTok Shop** สำหรับสินค้าที่มาจากร้านตนเอง และตรวจสอบ Account ร้านค้าให้ถูกต้อง

ตำแหน่ง

TikTok
ร้านเพิ่ม Shopping Center และการค้นหา ⓘ

ออก ▼ บันทึกแบบร่างแล้ว ย้อนกลับ ดำเนินการต่อ

ขั้นตอนสร้างโฆษณา Shopping Ads

(ใช้ VSA เป็นตัวอย่างในการตั้งค่าโฆษณา)

TikTok: ตัวจัดการโฆษณา

แดชบอร์ด

แคมเปญ

เครื่องมือ

การวิเคราะห์

GMV Max

TikTok Account

ภาษาไทย

U

Campaign Test

▼ กลุ่มโฆษณา (Ad group)

3

การกำหนดเป้าหมายผู้ชม

▼ ผู้ชม (ไม่บังคับ)

รวม

เลือกอย่างน้อย 1 หมวดหมู่

ไม่รวม

เลือกอย่างน้อย 1 หมวดหมู่

▼ ประชากร

ที่ตั้ง

ไทย

ไทย x

ค้นหาหรือเลือกที่ตั้ง

การอัปเดตหลายรายการ

ออก

บันทึกแบบร่างแล้ว

ย้อนกลับ

ดำเนินการต่อ

กลุ่มผู้ชมที่สามารถใช้ได้

ค่อนข้างกว้าง

49,062,000-59,966,000

สรุปการกำหนดเป้าหมาย

การกำหนดเป้าหมายผู้ชม จะส่งผลต่อกลุ่มผู้ชมที่สามารถใช้ได้ ควรอยู่ระหว่างสมดุล - ค่อนข้างกว้าง

3

การกำหนดเป้าหมายผู้ชม

คือ การใส่รายละเอียดของกลุ่มเป้าหมาย (เป็นวิธีการกำหนดกลุ่มโฆษณา) เช่น

- ที่ตั้ง
- อายุ แนะนำ 18 ปีขึ้นไป
- เพศ
- ภาษา
- ความสนใจและพฤติกรรม
- อุปกรณ์

คำแนะนำ : ช่วงเริ่มต้นยิงโฆษณา แนะนำให้ตั้งขั้นตอน การกำหนดเป้าหมายผู้ชม เป็นค่าเริ่มต้น

ขั้นตอนสร้างโฆษณา Shopping Ads

(ใช้ VSA เป็นตัวอย่างในการตั้งค่าโฆษณา)

TikTok

ตัวจัดการโฆษณา

แดชบอร์ด

แคมเปญ

เครื่องมือ

การวิเคราะห์

GMV Max

TikTok Account

ภาษาไทย

U

Campaign Test

▼ กลุ่มโฆษณา (Ad group)

4

งบประมาณและกำหนดการ

กำหนดงบประมาณ

งบประมาณรายวัน

▼

อย่างน้อย 100

THB

กำหนดการ

กำหนดเวลาเริ่มต้นเพื่อให้กลุ่มโฆษณาทำงานอย่างต่อเนื่อง

2024-10-16 14:51

🕒

การแบ่งวัน

ตลอดทั้งวัน

เลือกเวลาที่เฉพาะเจาะจง

กลุ่มผู้ชมที่สามารถใช้ได้

ค่อนข้างกว้าง

49,062,000-59,966,000

สรุปการกำหนดเป้าหมาย

ที่ตั้ง

ไทย

อายุ

18-24 , 25-34 , 35-44 , 45-54 , 55+

ไม่จำกัด

ดูทั้งหมด

ผู้ชม , ไม่รวม , เพศ , ภาษา , ความสนใจ และพฤติกรรม , ระบบปฏิบัติการ , รุ่น...

การเสนอราคาและการเพิ่มประสิทธิภาพ

เป้าหมายการเพิ่มประสิทธิภาพ

ออก

▼

บันทึกแบบร่างแล้ว

ย้อนกลับ

ดำเนินการต่อ

งบประมาณและกำหนดการ

กำหนดงบประมาณโดยเลือกได้ระหว่างแบบรายวัน หรือตลอดอายุ

- แนะนำเริ่มทดลองที่ 500 บาท
- ตั้งงบประมาณให้เพียงพอสำหรับ 20-50 conversion
- ช่วงเวลาทำโฆษณา แนะนำให้ปล่อยว่างหรือเลือกอย่างน้อย 2 อาทิตย์

ขั้นตอนสร้างโฆษณา Shopping Ads

(ใช้ VSA เป็นตัวอย่างในการตั้งค่าโฆษณา)

5 การเสนอราคาและการเพิ่มประสิทธิภาพ

คือ การเลือกรูปแบบการวัดผล ซึ่งจะเป็ตัววัดในการคิดค่าใช้จ่ายการทำโฆษณา หากต้องการเพิ่มยอดขายแนะนำให้เริ่มต้นโดยใช้ **รายได้รวม** : เพื่อเพิ่มยอดขายรวม **การซื้อ** : เพื่อเพิ่มจำนวนคำสั่งซื้อ

6 ROAS เป้าหมาย

หากร้านค้าเคยทำโฆษณามาก่อนและมีข้อมูล ROAS ที่ต้องการ สามารถระบุได้ หากไม่มีข้อมูล สามารถเว้นว่างไว้ตามค่าเริ่มต้น

7 ดำเนินการต่อ

รายได้รวม
เพิ่มรายได้รวมในระดับสูงสุดเพื่อผลตอบแทนจากค่าโฆษณาสูงสุดเท่าที่เป็นไปได้

การซื้อ
เพิ่มจำนวนคำสั่งซื้อที่ส่งให้มากที่สุดเพื่อให้มีต้นทุนต่ำสุดต่อคำสั่งซื้อ

เริ่มต้นชำระเงิน
เพิ่มจำนวนการคลิก "ซื้อตอนนี้" และ "ซื้อด้วยคุปอง" ที่สินค้าของคุณหรือการดำเนินการ "ชำระเงิน" ให้มากที่สุด

การคลิก
เพิ่มจำนวนการคลิกให้มากที่สุดเพื่อให้มีต้นทุนต่ำสุดต่อการคลิก

เป้าหมายการเพิ่มประสิทธิภาพ

รายได้รวม

ROAS เป้าหมาย ("ไม่จำเป็นต้องระบุ")

เรามุ่งหวังที่จะใช้งบประมาณทั้งหมดของคุณโดยใช้กลยุทธ์การเสนอราคาแบบรายได้รวมสูงสุดเพื่อให้ได้รายได้รวมมากที่สุด ป้อนมูลค่า ROAS เป้าหมาย หากคุณต้องการรักษา ROAS เฉลี่ยให้อยู่ในจำนวนที่กำหนด ดูรายละเอียด

ป้อนค่า

การตั้งค่าขั้นสูง

ออก

บันทึกแบบร่างแล้ว

ย้อนกลับ

ดำเนินการต่อ

กลุ่มผู้ชมที่สามารถใช้ได้

ค่อนข้างกว้าง

49,269,000-60,219,000

สรุปการกำหนดเป้าหมาย

การคำนวณ ROAS

ราคาขาย/กำไร (หักต้นทุนรวมทั้งหมด)

ตัวอย่าง

สินค้าราคาขาย 399 บาท
ต้นทุนสินค้ารวมทุกอย่าง 200 บาท
กำไร 199 บาท

$\text{Min ROAS} = 399/199 = 2X$

เริ่มต้นสร้างโฆษณา Shopping Ads

- กำหนดรายละเอียดในระดับโฆษณา (Ads)

ขั้นตอนสร้างโฆษณา Shopping Ads

(ใช้ VSA เป็นตัวอย่างในการตั้งค่าโฆษณา)

TikTok: ตัวจัดการโฆษณา

แดชบอร์ด

แคมเปญ

เครื่องมือ

การวิเคราะห์

GMV Max

Tiktok Account

ภาษาไทย

Campaign Test

▼ กลุ่มโฆษณา (Ad group)

ชื่อโฆษณา (Ads)

8

ใส่ชื่อโฆษณาเพื่อดูประสิทธิภาพ

8

ชื่อโฆษณา

ชื่อโฆษณา (Ads)

9

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

เพิ่มสินค้าจาก Tiktok Account

+ เพิ่ม

9

รายละเอียดผลิตภัณฑ์

เลือกบัญชี TikTok ที่ต้องการโฆษณาสินค้า

กด +เพิ่ม เพื่อเลือกสินค้า

เลือกสินค้าที่ต้องการและกด เพิ่ม

ขั้นตอนโฆษณา

เลือกแหล่งที่มาวิดีโอสำหรับโฆษณาของคุณ

วิดีโอ

+ โพสต์ของพันธมิตร

+ โพสต์ TikTok

ข้อความ

ป้อนข้อความสำหรับขั้นตอนโฆษณาของคุณ

ออก

บันทึกแบบร่างแล้ว

เพิ่มผลิตภัณฑ์

เลือกสินค้าที่พร้อมใช้งานเพื่อโปรโมท สินค้าที่พร้อมใช้งานได้รับการตรวจสอบ สินค้าในคลังสินค้าจากร้านค้า หากสินค้าที่ได้รับเลือกทั้งหมดในโฆษณาเปลี่ยนเป็นไม่พร้อมใช้งาน การจัดส่งจะหยุดชั่วคราว โดยอัตโนมัติจนกว่าสินค้าอย่างน้อยหนึ่งชิ้นเปลี่ยนเป็นพร้อมใช้งาน

เลือกสินค้าเพียงชิ้นเดียวเท่านั้น หากคุณใช้โพสต์ของพันธมิตร เลือกสินค้าสูงสุด 20 ชิ้น หากคุณใช้โพสต์หรือวิดีโออื่น ๆ ของ TikTok

ค้นหาตาม SPU ID หรือชื่อสินค้า

ทั้งหมด

พร้อมใช้งาน

323 สินค้า

1

ผลิตภัณฑ์	ราคา	ประวัติยอดขาย	หมวดหมู่
☐ Tiktok Account Item 1 SPU ID: 1731014380587485587	48 THB	11	Product description xx
☐ Tiktok Account Item 2 SPU ID: 1730962789579721107	48 THB	8	Product description xx
☐ Tiktok Account Item 3 SPU ID: 1730930164616104339	68 THB	8	Product description xx

0 / 20 เลือกแล้ว

ยกเลิก

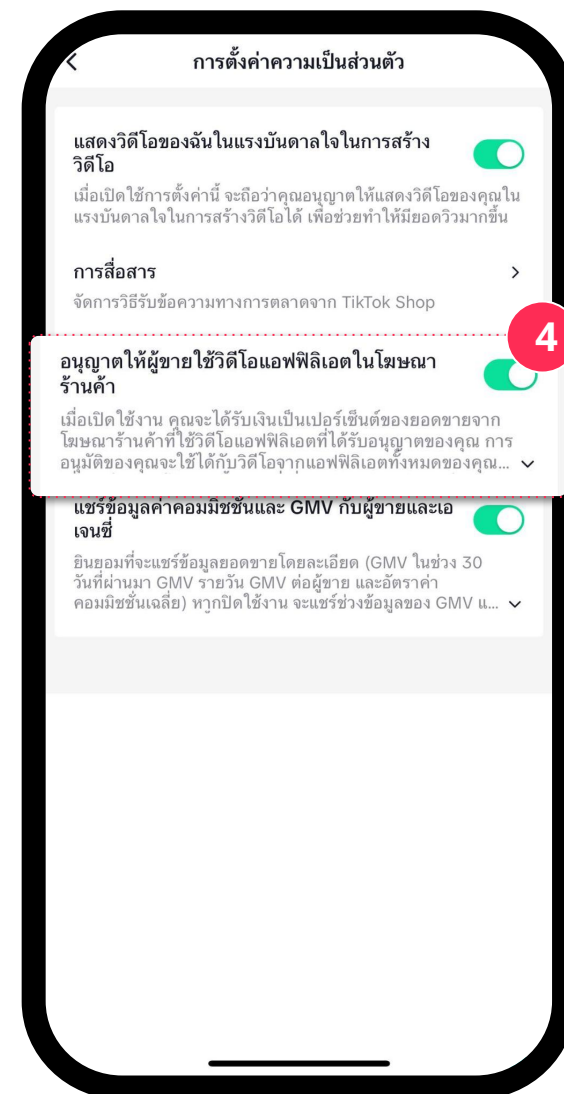
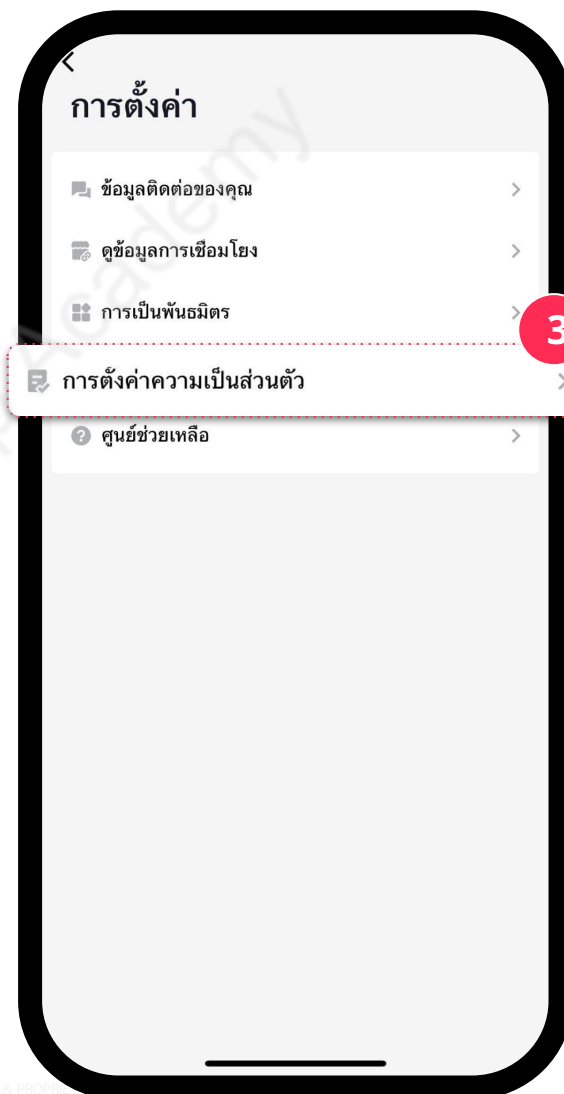
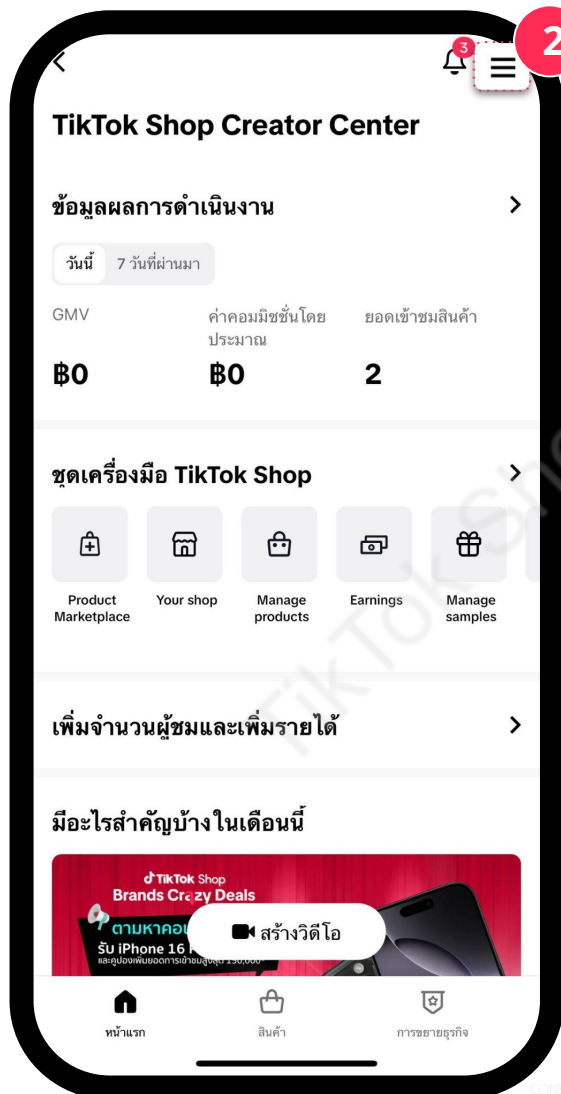
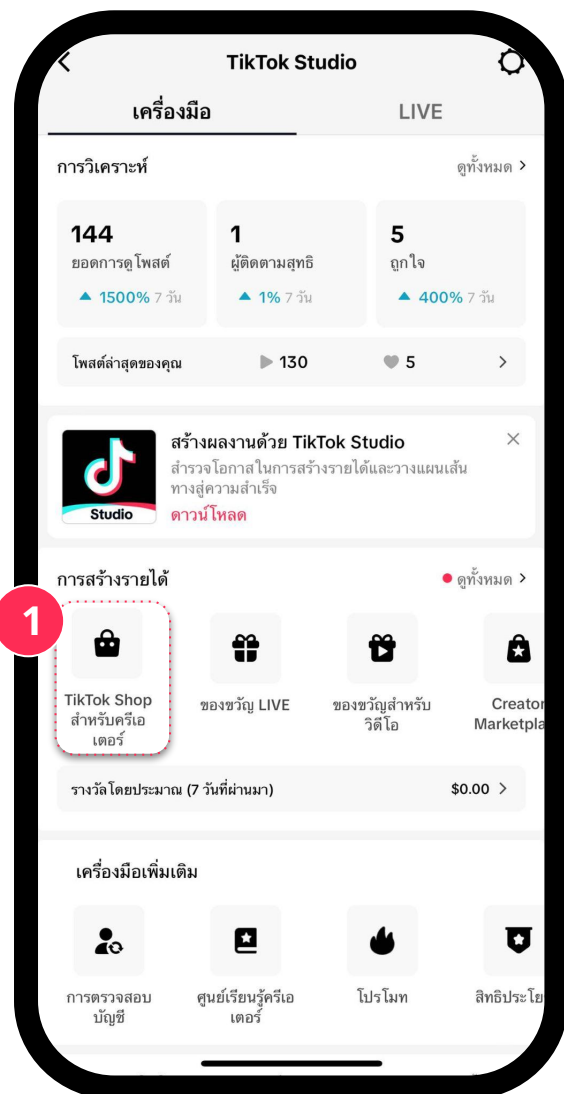
เพิ่ม

TikTok: ตัวจัดการโฆษณา

GMV Max

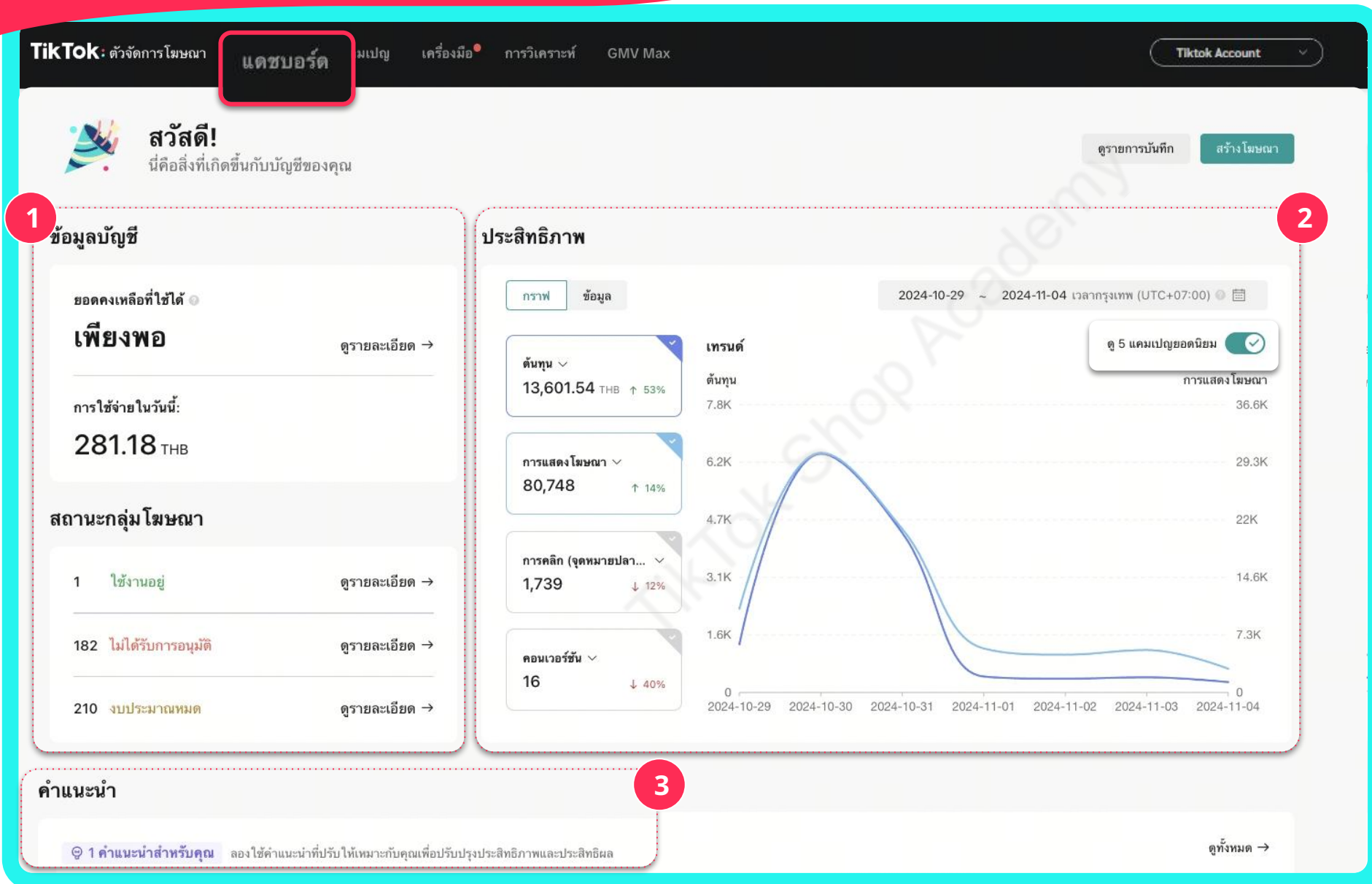
ศึกษาเพิ่มเติม ที่นี่

การเปิดสิทธิ์ให้ร้านค้าเข้าถึงวิดีโอ (ขั้นตอนสำหรับครีเอเตอร์)



การดูประสิทธิภาพ Shopping Ads

เข้าที่ TikTok Ads Manager



ในแท็บ **แดชบอร์ด** จะสามารถดูภาพรวมประสิทธิภาพแคมเปญในช่วงเวลาที่ต้องการ

โดยแบ่งออกเป็น

- 1 ข้อมูลบัญชี**
 - ยอดคงเหลือและยอดใช้จ่าย
- 2 ประสิทธิภาพ**
 - เลือกช่วงเวลาที่ต้องการ
 - ดูภาพรวมแคมเปญรูปแบบกราฟ หรือข้อมูล
 - เลือกดู 5 แคมเปญยอดนิยม
- 3 คำแนะนำ**
 - คำแนะนำจากระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งบประมาณ
- 4 ข้อมูลเชิงลึก**
 - วิดีโอยอดนิยม
 - ผู้ชมที่เข้าถึง

เข้าที่ TikTok Ads Manager

1

TikTok: ตัวจัดการโฆษณา

แดชบอร์ด

แคมเปญ

งบ

การวิเคราะห์

GMV Max

TikTok Account

ภาษาไทย

+ตัวกรอง

ค้นหาชื่อหรือรหัส

2024-10-28 ~ 2024-11-04 เวลากรุงเทพฯ (UTC+7)

ที่เลือก: ค้นหา แคมเปญ: ShopAds

สร้างทั้งหมด

บันทึก

แคมเปญ

กลุ่มโฆษณา

โฆษณา

สร้าง

แก้ไข

ส่งออก/นำเข้าแบบจำนวนมาก

กฎอัตโนมัติ

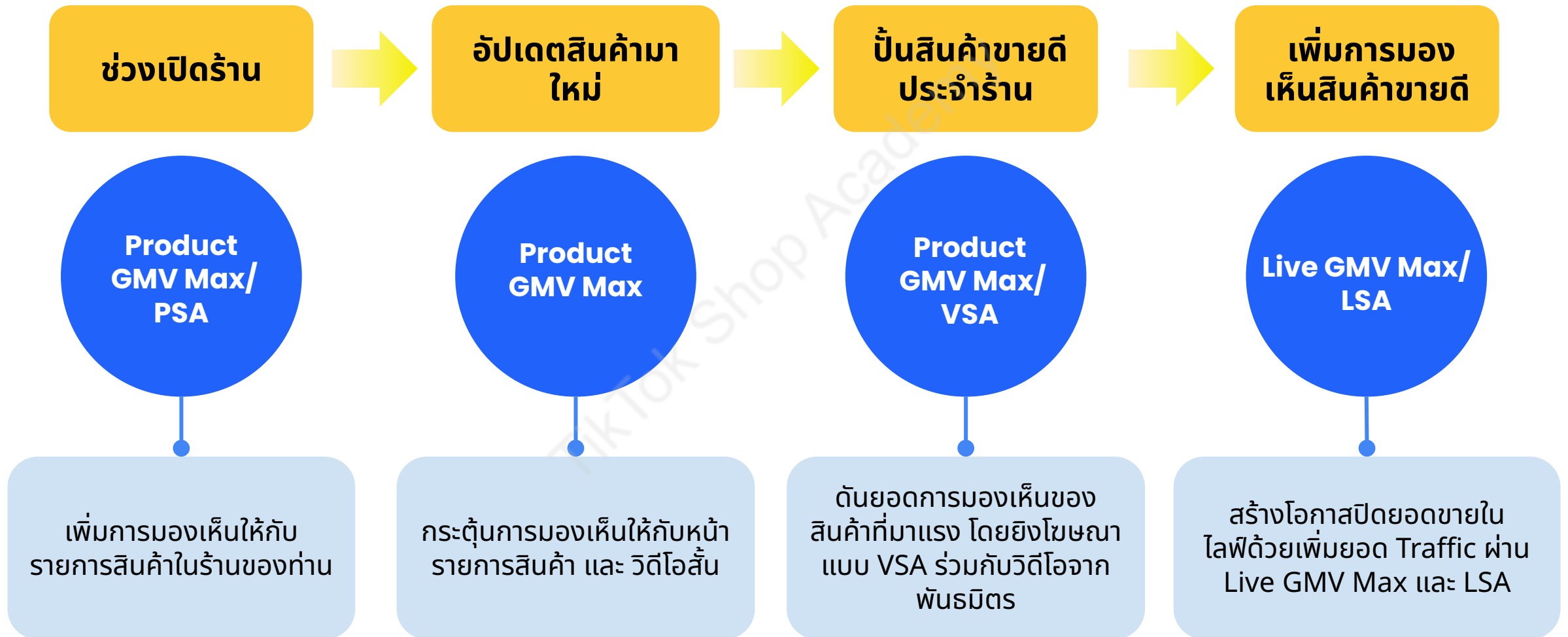
เปิด/ปิด	ชื่อ	ต้นทุน	การแสดงผลโฆษณา	การคลิก (จุดหมายปลายทาง)	การเข้าชมหน้าสินค้า (ร้านค้า)	การเริ่มต้นชำระเงิน (ร้านค้า)	การซื้อ (ร้านค้า)	ประสิทธิภาพ	ร้านค้า
☐	ShopAds-LSA	0.02 THB	1	0	0	0		☐ คอลัมน์เริ่มต้น	0.00
☐	Tiktok Ad 1	11,869.09 THB	45,882	832	641	103		☒ Shop Ads	0.08
☐	Tiktok Ad 2	2,957.42 THB	44,580	1,176	1,485	220		☐ การเข้าถึง	0.75
☐	Tiktok Ad 3	14,826.53 THB	90,463	2,008	2,126	323		☐ การโต้ตอบของชุมชน	0.21
ทั้งหมด 3 แคมเปญ								☐ การตั้งค่า	
								☐ ดูการตั้งค่าเท่านั้น	
								คอลัมน์ที่กำหนดเอง	

ในแท็บ **แคมเปญ** จะสามารถเลือกดูประสิทธิภาพการโฆษณาของแคมเปญต่างๆ

เลือกตัวกรองที่ต้องการจากกล่อง Drop-down

- หากต้องการดูประสิทธิภาพการขายเลือก **Shop Ads**

การทำโฆษณาแต่ละช่วงการขายของร้านค้า



สรุปเนื้อหาวันนี้

ความสำคัญของการทำโฆษณา

- เพิ่มผู้เข้าชมจากหน้าโฆษณาให้รู้จักกับแบรนด์หรือช่องของร้านค้า
- เพิ่มผู้ติดตาม ยอดเข้าชม โปรไฟล์หรือไลฟ์สด
- เพิ่มโอกาสสร้างยอดขายสินค้าบน TikTok Shop

ประเภทของโฆษณาบน TikTok Shop

GMV Max

- โฆษณาแบบตั้งค่าอัตโนมัติ
- มี 2 รูปแบบ ได้แก่
 - Product GMV Max
 - Live GMV Max

Shopping Ads

- โฆษณาแบบที่ร้านค้ากำหนดการตั้งค่าได้เอง
- มี 3 รูปแบบ ได้แก่
 - Product Shopping Ads
 - Video Shopping Ads
 - Live Shopping Ads

วิธีการตั้งค่าโฆษณา

GMV Max

- สร้างได้ใน Seller Center
- กำหนดค่า ROI และงบประมาณ
- เน้นเพิ่มภาพรวมยอดขายของร้านค้า

Shopping Ads

- สร้างได้บน TikTok Ads Manager
- กำหนดค่าโฆษณาในรายละเอียดได้
- สามารถเลือกวัตถุประสงค์การทำโฆษณาได้มากกว่าแค่เพิ่มยอดขาย

Tips การทำโฆษณา

- เลือกใช้วิดีโอจากพันธมิตรเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการทำโฆษณา
- สินค้าที่กำลังทำโฆษณาแบบ Product GMV Max จะไม่สามารถทำโฆษณาแบบ PSA หรือ VSA พร้อมกันได้
- แนะนำให้ทำโฆษณาต่อเนื่องอย่างน้อย 7 วัน เพื่อให้ระบบเกิดการเรียนรู้ในการนำเสนอโฆษณา

อยากรู้อะไร หาได้ที่ TikTok Shop Academy Thailand

ยินดีต้อนรับสู่ TikTok Shop Academy
เรียนรู้วิธีเพิ่มยอดขายและเพิ่มการรับรู้ถึงแบรนด์ในฐานธุรกิจอีคอมเมิร์ซและครีเอเตอร์

อัปเดตประจำเดือน
ไฮไลท์เดือนตุลาคม
10 ข้อละเมิดที่ผู้ขายควรรู้ก่อนลงขายสินค้า
10 ข้อละเมิดที่ผู้ขายควรรู้!

ไลฟ์ย้อนหลัง
คลาสเรียนย้อนหลัง
หัวข้อคลาสเรียน การเขียน TikTok Shop ที่ผู้ขายควรรู้
5 พฤศจิกายน 2567 เวลา 15.00 - 16.00 น.

หลักสูตร
เรียนรู้เกี่ยวกับการขายและการเพิ่มยอดขาย

คู่มือฟีเจอร์
ทำความเข้าใจฟีเจอร์และเครื่องมือสำหรับผู้ขายและครีเอเตอร์ของ TikTok Shop

ศูนย์นโยบาย
ดูนโยบายและประกาศล่าสุดได้ที่นี้

วิดีโอคลาสเรียน
สำหรับผู้ขาย: ผู้ขายมือใหม่
คลาสเรียนออนไลน์ หลักสูตรผู้ขายใหม่
คลาสเรียนออนไลน์ หลักสูตรผู้ขายใหม่
คลาสเรียนออนไลน์ หลักสูตรผู้ขายใหม่
คลาสเรียนออนไลน์ หลักสูตรผู้ขายใหม่

อยากรู้ อัปเดตประจำเดือน

- เข้าที่ “ไฮไลท์ประจำเดือน” เพื่อดูหัวข้อคลาสไลฟ์สดและไม่พลาดทุกเรื่องสำคัญสำหรับผู้ขาย

อยากรู้ ไลฟ์ย้อนหลัง

- เข้าที่ “คลาสเรียนย้อนหลัง” เนื้อหาอัปเดตทุกสัปดาห์

อยากรู้ เรียนผ่านวิดีโอ

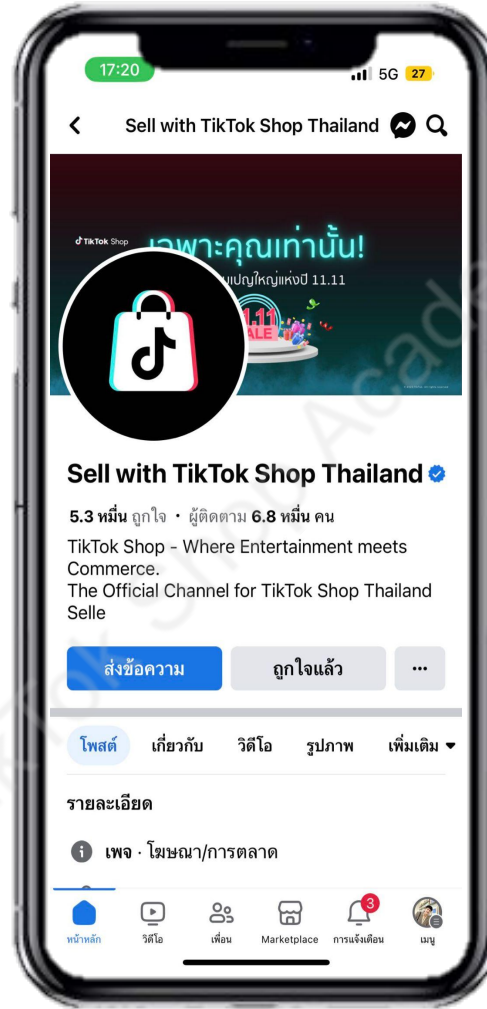
- เลือกดูเนื้อหาตามระดับผู้ขาย เช่น “ผู้ขายมือใหม่” หรือ “พัฒนาร้านค้า”
- เลือกวิดีโอคลาสเรียนตามหัวข้อที่ต้องการ



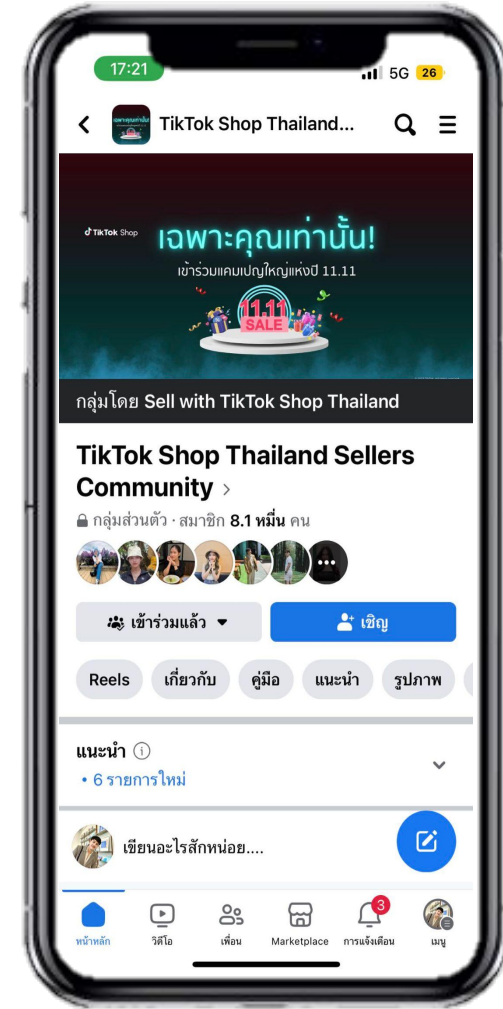
ติดตามข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ



LINE Official Account



Facebook Page



Facebook Group