

กลยุทธ์ปรับปรุงโฆษณา TikTok Shop อย่างมืออาชีพ

3. พี่เจอร์ทำโฆษณาที่ห้ามพลาด

- การคุ้มครอง ROI
- Max Delivery
- วันโปรโมชั่น
- Creative Boost

การคุ้มครอง ROI คืออะไร



การคุ้มครอง ROI สำหรับแคมเปญ GMV Max เป็นฟีเจอร์ที่จะคืนเครดิตโฆษณาให้โดยอัตโนมัติเมื่อผลตอบแทนการลงทุน (ROI) ในแคมเปญลดลงต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และ สอดคล้องกับเงื่อนไขการคุ้มครอง ROI

เกณฑ์ในการใช้การคุ้มครอง ROI ของ GMV Max

- ✓ การคุ้มครอง ROI จะใช้ในระดับแคมเปญ และมีผลตลอดอายุของแคมเปญนั้น
- ✓ คุ้มครองในกรณีแคมเปญ ได้ผลลัพธ์ ROI ต่ำกว่า 90% ของค่า ROI ที่ตั้งไว้ (คำนวณจาก ROI ที่ทำได้จริง ÷ ROI เป้าหมายที่ตั้งไว้ตอนสร้างโฆษณา)
- ✓ และแคมเปญนั้นมี มากกว่า 20 คำสั่งซื้อต่อวัน เท่านั้น ที่จะเข้าเกณฑ์ได้รับการคุ้มครอง

เงื่อนไขยุติการคุ้มครอง ROI

- ✗ หากมีการเปลี่ยนค่า Target ROI หรือ หยุด/ยกเลิก แคมเปญในวันใด วันนั้นจะไม่ได้รับการคุ้มครอง ROI
- ✗ แคมเปญที่ใช้ฟีเจอร์ Max Delivery, Creative Boost และ วันโปรมือชั้น
- ✗ หากร้านค้า, บัญชีโฆษณา หรือแคมเปญถูกระงับ หรือหยุด เช่น ยอดเงินในบัญชีโฆษณาหมด, บัญชีถูกระงับ แคมเปญจะหยุดการคุ้มครอง ROI

การคำนวณเครดิตโฆษณาที่จะได้รับคืน

สูตรคำนวณเครดิตโฆษณาที่จะได้รับคืน

$$\text{เครดิตโฆษณาที่จะได้รับคืน} = \text{ต้นทุนโฆษณา} - \left(\frac{\text{รายได้รวมตามจริง}}{0.9 \times \text{ROI ที่ตั้งค่าไว้}} \right)$$

สถานะของเครดิตโฆษณาจะได้รับการอัปเดตภายในประมาณ 7 วัน

วิธีตรวจสอบเครดิต:

ไปที่ ตัวจัดการโฆษณา > เครื่องมือ > การเงิน > โปรโมชัน

โจทย์ตัวอย่าง

ต้นทุนโฆษณาจริง = 120

รายได้รวมจริง = 1,200

ผู้ขายตั้งเป้า ROI = 12

*ROI จริง = 10

การคำนวณ

$$120 - \left(\frac{1,200}{0.9 \times 12} \right) = 9$$

สรุป

ได้เครดิตโฆษณาคืน = 9 USD

วิธีการตรวจสอบการคุ้มครอง ROI

การเพิ่มประสิทธิภาพและงบประมาณ

เป้าหมายการเพิ่มประสิทธิภาพ

- ❗ แคมเปญของคุณมีสิทธิ์ได้รับการป้องกัน ROI คุณจะได้รับเครดิตโฆษณาหากไม่บรรลุ 90% ของ ROI เป้าหมาย และแคมเปญของคุณตรงตามเกณฑ์คุณสมบัติอื่น ๆ [ดูรายละเอียด](#)

รายได้รวม

เพิ่มรายได้รวมสูงสุด พร้อมทั้งบรรลุผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ที่คุณกำหนดเป้าหมาย

หากแคมเปญมีสิทธิ์ได้รับการคุ้มครอง ROI:
ใต้เป้าหมายการปรับแต่งโฆษณา จะมีแบนเนอร์แสดงว่ามีการคุ้มครอง ROI ซึ่งแบนเนอร์นี้จะแสดงเฉพาะกับร้านค้าที่ได้รับสิทธิ์การใช้งานเท่านั้น

รายการแคมเปญ

การรายงานรวมถึงโฆษณา GMV Max ที่สร้างบนตัวจัดการโฆษณาบน TikTok และ TikTok Seller Center

[GMV Max ของสินค้า](#) [LIVE GMV Max](#)

ค้นหาแคมเปญหรือ ID สินค้า



สถานะ



เปิด/ปิด	ชื่อแคมเปญ	สถานะ	เวลาที่กำหนด	วันโปรโมชัน	การดำเนินการ
☐		ไม่ได้ใช้งาน		ปิด	ดูรายละเอียด ...
☐		● ไม่ได้ใช้งาน		ปิด	ดูรายละเอียด ...
☐		● ไม่ได้ใช้งาน		ปิด	ดูรายละเอียด ...
☐		● ไม่ได้ใช้งาน		ปิด	ดูรายละเอียด ...
☒		ใช้งานอยู่		ปิด	ดูรายละเอียด ...

แสดงสถานะการคุ้มครอง ROI แบบ Realtime ในระดับแคมเปญ โดยสถานะจะรีเฟรชทุกวัน

ความหมายสถานะ



: แคมเปญเข้าเกณฑ์รับการคุ้มครอง ROI ชั่วคราว



: แคมเปญไม่เข้าเงื่อนไขสำหรับการคุ้มครอง ROI

วิธีการตรวจสอบการคุ้มครอง ROI

สถานะการคุ้มครอง ROI แบบ Realtime จะรีเฟรชทุกวัน แนะนำให้ตรวจสอบในเมนู “ดูประวัติ”
โดยนำเมาส์ไปชี้ค้างไว้ที่สัญลักษณ์โล่ จากนั้นคลิกที่ปุ่ม “ดูประวัติ”

รายการแคมเปญ

การรายงานรวมถึงโฆษณา GMV Max ที่สร้างขึ้นด้วยการโฆษณาบน TikTok และ TikTok Seller Center

GMV Max ของสินค้า LIVE GMV Max

ค้นหาแคมเปญหรือ ID สินค้า

สถานะ

เวลาที่กำหนด

วันโปรโมชัน

การดำเนินการ

เปิด/ปิด

ชื่อแคมเปญ

สถานะ

เวลาที่ใช้

วันโปรโมชัน

การดำเนินการ

มีสิทธิ์ได้รับการป้องกัน ROI

แคมเปญนี้มีสิทธิ์ได้รับเครดิตโฆษณาหากโฆษณาของคุณกระตุ้นมากกว่า 20 คอนเวอร์ชันใน 24 ชั่วโมง แต่ผลลัพธ์ ROI น้อยกว่า 90% ของเป้าหมายของคุณ เพื่อรักษาคุณสมบัติของแคมเปญสำหรับการป้องกัน ROI โปรดอย่าแก้ไข ROI ของคุณ หยุดการเผยแพร่โฆษณาชั่วคราว หรือเปิดใช้งานการนำเสนอสูงสุด คุณสมบัติของแคมเปญจะรีเซ็ตทุก 24 ชั่วโมง

เรียนรู้เพิ่มเติม

ดูประวัติ

ใช้งานอยู่

ประวัติการป้องกัน ROI		
ดูกิจกรรมการป้องกัน ROI และข้อมูลเครดิตโฆษณาของคุณในช่วง 60 วันที่ผ่านมา ผลลัพธ์จะถูกคำนวณทุกวันและอัปเดตทุก 24 ชั่วโมง		
เรียนรู้เพิ่มเติม		
วันที่	สถานะ	รายละเอียด
06/18/2025	ไม่มีสิทธิ์	แคมเปญนี้ไม่มีสิทธิ์ได้รับเครดิตโฆษณาหากไม่บรรลุ ROI เป้าหมาย 90% เนื่องจากแคมเปญหยุดชั่วคราว
06/17/2025	ไม่มีสิทธิ์	แคมเปญนี้ไม่มีสิทธิ์ได้รับเครดิตโฆษณาหากไม่บรรลุ ROI เป้าหมาย 90% เนื่องจากแคมเปญหยุดชั่วคราว
06/16/2025	ไม่มีสิทธิ์	แคมเปญนี้ไม่มีสิทธิ์ได้รับเครดิตโฆษณาหากไม่บรรลุ ROI เป้าหมาย 90% เนื่องจากแคมเปญหยุดชั่วคราว
06/15/2025	บรรลุ ROI เป้าหมายแล้ว	ROI จริงของคุณบรรลุตามหรือเกิน ROI เป้าหมายของคุณ ไม่จำเป็นต้องใช้เครดิตโฆษณา
06/14/2025	กำลังคำนวณ	ระบบจะประมวลผลและส่งมอบเครดิตโฆษณาภายใน 7 วันหากไม่บรรลุ ROI เป้าหมายอย่างน้อย 90% และแคมเปญของคุณตรงตามเกณฑ์คุณสมบัติทั้งหมด

3. พี่เจอร์ทำโฆษณาที่ห้ามพลาด

- การคุ้มครอง ROI
- Max Delivery
- วันโปรโมชั่น
- Creative Boost

Max delivery คืออะไร



Max Delivery คือฟีเจอร์โฆษณาที่สามารถตั้งค่าเพื่อนำเสนอโฆษณาสูงสุดสำหรับแคมเปญ GMV Max เมื่อสลับไปใช้โหมดนี้ระบบจะใช้งบประมาณที่ตั้งค่าไว้ให้เต็มที่เพื่อให้เกิดรายได้รวมสูงสุดหรือนำเสนอโฆษณาให้ได้มากที่สุด

ระยะเวลาแนะนำ

ทดลองใช้งานอย่างน้อยขั้นต่ำ 7 วัน

แคมเปญที่แนะนำ

สินค้าขายดี / สินค้าจัดโปรโมชันที่มีจำนวนคงเหลือสินค้าเยอะ / โปรโมทสินค้าใหม่

การตั้งค่าระยะเวลาเริ่มต้น - สิ้นสุด

- ตั้งระยะเวลาเริ่ม - สิ้นสุดได้ เมื่อ Max delivery สิ้นสุดระบบจะเปลี่ยนเป็นโหมด ROI Target เหมือนเดิม
- ระยะเวลาเริ่ม - สิ้นสุด ต้องสัมพันธ์กับระยะเวลาของแคมเปญ
- **สำหรับไลฟ์** > การตั้งเวลาเริ่ม - สิ้นสุด ควรตั้งเวลาอย่างน้อย 2 ชม. เพื่อระบบทำงานอย่างเต็มที่

ตั้งงบประมาณ

ตั้งค่างบประมาณ 30% จากงบประมาณรายวันเดิมที่ใช้อยู่

คำแนะนำเพิ่มเติม

สำหรับ Product GMV Max

- หาก ROI ที่ได้ต่ำเกินไป แนะนำเพิ่มจำนวน VDO สินค้าที่ใช้ในแคมเปญ
- เริ่มต้นแนะนำใช้กับแคมเปญที่สินค้าขายดี และมี VDO ติดตรึงจำนวนมาก
- ปัจจุบันยังใช้ได้แค่ 1 สินค้า / 1 แคมเปญ

สามารถเพิ่มงบประมาณ Max delivery ได้เรื่อยๆขณะที่แคมเปญทำงานอยู่หากได้ผลลัพธ์ที่ดี

วิธีการตั้งค่า Max Delivery

เข้าไปที่เมนู **"โฆษณาร้านค้า"** เพื่อดูแดชบอร์ดโฆษณา สามารถดู **ผลลัพธ์โฆษณาแต่ละแคมเปญ** ได้ที่หัวข้อ รายการแคมเปญ

1. คลิก **"ดูรายละเอียด"** ที่แคมเปญโฆษณา
2. ที่หัวข้อโหมดประสิทธิภาพเลือก **"การนำเสนอสูงสุด"**
3. ตั้งค่า **งบประมาณ** และ **ช่วงวันที่ต้องการให้ระบบนำเสนอโฆษณา**

Campaign list

Reporting includes GMV Max ads created on TikTok Ads Manager and TikTok Seller Center.

Product GMV Max LIVE GMV Max

Search by campaign name 🔍 Status ▾

On/Off	Campaign name ▾	Status	Schedule time	Campaign budget	Action
☒	[blurred]	Active	[blurred]	USD	1 View details ...
☒	[blurred]	Active	[blurred]	USD	View details ...
☒	[blurred]	Active	[blurred]	USD	View details ...

กันยายน 2024

🗓️ สินค้า 30

สินค้า	สถานะ	โหมดการเพิ่มประสิทธิภาพ	ROI	ค่าเฉลี่ย (SKU)	การดำเนินการ
[blurred]	พร้อมจำหน่าย	ROI เป้าหมาย	1:	[blurred]	ดูชิ้นงานโฆษณา ...
[blurred]	พร้อมจำหน่าย	ROI เป้าหมาย	[blurred]	[blurred]	ดูชิ้นงานโฆษณา ...
[blurred]	พร้อมจำหน่าย	การนำเสนอสูงสุด	[blurred]	[blurred]	ดูชิ้นงานโฆษณา ...
[blurred]	พร้อมจำหน่าย	ROI เป้าหมาย	1	[blurred]	ดูชิ้นงานโฆษณา ...

จัดการโหมดการเพิ่มประสิทธิภาพของคุณ

1 การนำเสนอสูงสุดมีจุดมุ่งหมายในการใช้งบประมาณของคุณอย่างเต็มที่เพื่อให้รายได้ขึ้นต้นและการเผยแพร่โฆษณาสำหรับสินค้าที่คุณเลือกเพิ่มชิ้นสูงสุด ซึ่งอาจทำให้เกิดการผันผวนในตัวชี้วัด ROI สำหรับสินค้าเหล่านั้น ขอแนะนำให้ใช้การจ่ายงบประมาณการนำเสนอสูงสุดโดยไม่มีข้อจำกัด ROI เช่น แฟลชเซส การเปิดตัวสินค้า และโปรโมชันตามฤดูกาล แนะนำให้ใช้ ROI เป้าหมายสำหรับผลลัพธ์ ROI ที่เสถียร สำหรับสินค้าแบบเดือวและแคมเปญ LIVE นั้น ROI เป้าหมายจะไม่ทำงานเมื่อการนำเสนอสูงสุดใช้งานอยู่ สำหรับแคมเปญกับสินค้าหลายแบบ ROI เป้าหมายจะดำเนินการอยู่สำหรับสินค้าที่ไม่ได้เลือกเป็นการนำเสนอสูงสุด [เรียนรู้เพิ่มเติม](#)

3

งบประมาณการนำเสนอสูงสุด

งบประมาณรายวัน อย่างน้อย 0 THB

การนำเสนอสูงสุดใช้งบประมาณเพิ่มเติม ซึ่งแยกจากงบประมาณการเพิ่มประสิทธิภาพ ROI เป้าหมาย โดยจัดสรรให้เหมาะสมเพื่อให้ง่ายโฆษณาเป็นไปอย่างคาดการณ์ได้ งบประมาณ ROI เป้าหมายของคุณจะไม่ถูกใช้สำหรับสินค้าที่ใช้การนำเสนอสูงสุดขณะที่การนำเสนอสูงสุดใช้งานอยู่

งบประมาณการนำเสนอสูงสุดไม่รวมอยู่ในการคำนวณสำหรับการป้องกัน ROI ของแคมเปญของคุณ

กำหนดการ

กำหนดเวลาเริ่มต้น

2025-06-10 17:37:18 🕒

เขตเวลา ⌚

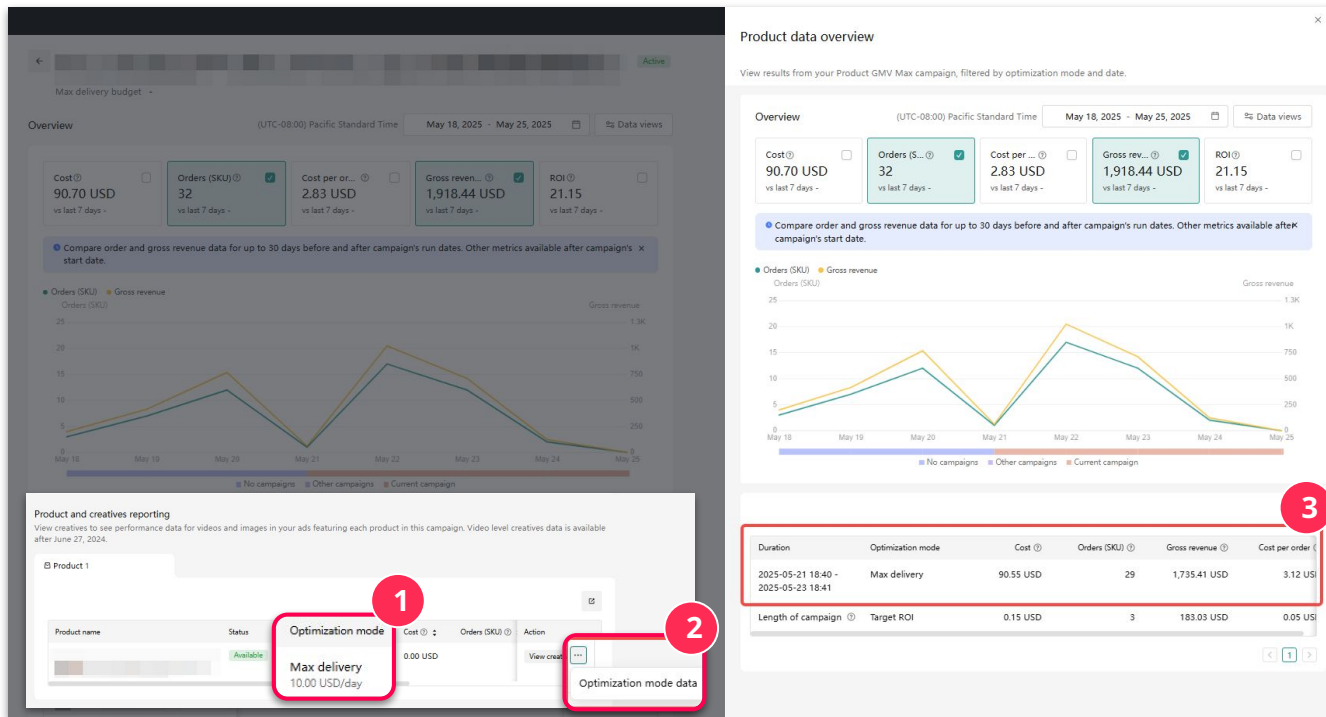
(UTC+07:00) เวลาอินโดจีน (ไทย) ▾

2 ระบบจะใช้จ่ายงบประมาณรายวันของคุณอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งวัน หากระยะเวลาการนำเสนอสูงสุดของคุณน้อยกว่า 24 ชั่วโมงในวันที่กำหนด ระบบจะยังคงใช้จ่ายงบประมาณของคุณเต็มจำนวน

☐ กำหนดเวลาสิ้นสุด

การนำเสนอสูงสุดจะเปิดใช้งานระหว่างเวลาเริ่มต้นและเวลาสิ้นสุดที่คุณกำหนดไว้สำหรับสินค้าที่เลือก หากแคมเปญของคุณยังคงดำเนินการอยู่ก่อนที่การนำเสนอสูงสุดสิ้นสุดลง โหมดการเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับสินค้าเหล่านั้นจะเปลี่ยนเป็น ROI เป้าหมายโดยอัตโนมัติ

ตรวจสอบผลลัพธ์ Max Delivery



สามารถตรวจสอบผลลัพธ์การทำงานของ Max Delivery

1. หาก Max Delivery ยังทำงานอยู่สถานะ **Optimization Mode** (โหมดการเพิ่มประสิทธิภาพ) จะขึ้นว่า **Max Delivery** (การนำเสนอโฆษณาสูงสุด)
2. คลิกที่ Optimization Mode data
3. ตรวจสอบผลลัพธ์แต่ละตัวชี้วัดได้ เช่น ต้นทุน, คำสั่งซื้อ, ROI

แนะนำ : สำหรับผลลัพธ์ Max Delivery แนะนำให้ดูยอดขายโดยรวมแทน ROI เพราะระบบจะเน้นการทำรายได้สูงสุดโดยไม่คำนึงถึง ROI ที่ตั้งไว้

3. พี่เจอร์ทำโฆษณาที่ห้ามพลาด

- การคุ้มครอง ROI
- Max Delivery
- วันโปรโมชัน
- Creative Boost

ฟีเจอร์วันโปรโมชั่นคืออะไร

ฟีเจอร์เพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญอัตโนมัติเพื่อกระตุ้นยอดขาย ในช่วงวันแคมเปญที่มีแนวโน้มยอดขายสูง เมื่อเปิดใช้งาน ระบบจะคำนวณเครดิตโฆษณาตาม ROI เป้าหมายเฉพาะของวันแคมเปญ

วันโปรโมชั่น **แนะนำ**

เพิ่มประสิทธิภาพแคมเปญของคุณโดยอัตโนมัติสำหรับ GMV ที่สูงขึ้นในช่วงวันช้อปปิ้งที่มีแนวโน้มว่าจะมีผู้ซื้อสินค้าสูงในภูมิภาคที่โฆษณาของคุณกำลังเผยแพร่. เมื่อเปิดใช้งานวันโปรโมชั่นสำหรับแคมเปญนี้ เครดิตโฆษณาของคุณจะถูกคำนวณสำหรับการตั้งค่า ROI เป้าหมายของวันโปรโมชั่นของคุณ

1 ☒ เปิดวันโปรโมชั่น

กำหนดการ

ใช้กำหนดการวันโปรโมชั่นของ TikTok Shop **ดูรายละเอียด**

4

ROI เป้าหมายของวันโปรโมชั่น

การเปลี่ยนแปลง ROI เป้าหมายของคุณจะมีผลในระหว่างวันโปรโมชั่นและอาจกระตุ้น GMV ให้สูงขึ้นสำหรับแคมเปญนี้

2 ☒ -10% ☐ -20% ☐ -30%

ROI เป้าหมายของวันโปรโมชั่น: 1.8

GMV โดยประมาณ: + 12%

งบประมาณวันโปรโมชั่น

ป้อนการเพิ่มงบประมาณระหว่าง 50 ถึง 300

3 50 %

งบประมาณรายวันปัจจุบันคือ 7,000.00 THB งบประมาณวันโปรโมชั่นจะเพิ่มขึ้นเป็น 10,500.00 THB

วิธีการตั้งค่าฟีเจอร์วันโปรโมชั่น

1. เปิดใช้งานหากต้องการให้ระบบทำงาน
2. กำหนดเป้าหมาย ROI ที่ต้องการ
3. กำหนดการเพิ่มงบประมาณรายวันในวันแคมเปญ เริ่มต้นที่เพิ่ม 50% จากงบประมาณรายวันเดิม
4. สามารถคลิก **ดูรายละเอียด** เพื่อดูกำหนดการวันแคมเปญได้

แนะนำ : เมื่อเปิดใช้งานฟีเจอร์วันโปรโมชั่น แนะนำให้เน้นผลลัพธ์ยอดขาย ที่มากขึ้น แต่ ROI อาจจะลดลงประมาณ 10%

3. พี่เจอร์ทำโฆษณาที่ห้ามพลาด

- การคุ้มครอง ROI
- Max Delivery
- วันโปรโมชั่น
- **Creative Boost**

Creative Boost คืออะไร

ฟีเจอร์ที่ช่วย **Boost** ขึ้นงานโฆษณา 

ที่ผู้ขายต้องการโปรโมตเพิ่มเติมด้วยตนเอง เพื่อทดสอบศักยภาพของ VDO โดยงบประมาณที่ตั้งค่าจะถูกใช้สูงสุดเท่าที่เป็นไปได้ แต่จะไม่ได้การันตีผลตอบแทน (ROI)

บังคับให้ VDO ถูกนำเสนอโฆษณา แม้ระบบจะประเมินว่าประสิทธิภาพไม่ดี

ข้ามคิว VDO ใหม่เพื่อได้รับการทดสอบเพื่อประเมินศักยภาพทันที

ลดระยะเวลาการทดสอบ VDO ใหม่ ให้ทดสอบผลลัพธ์ที่รวดเร็วมากขึ้น

แนะนำให้ใช้ Creative Boost หลังจากที่ทำโฆษณาไปแล้ว 3 วัน

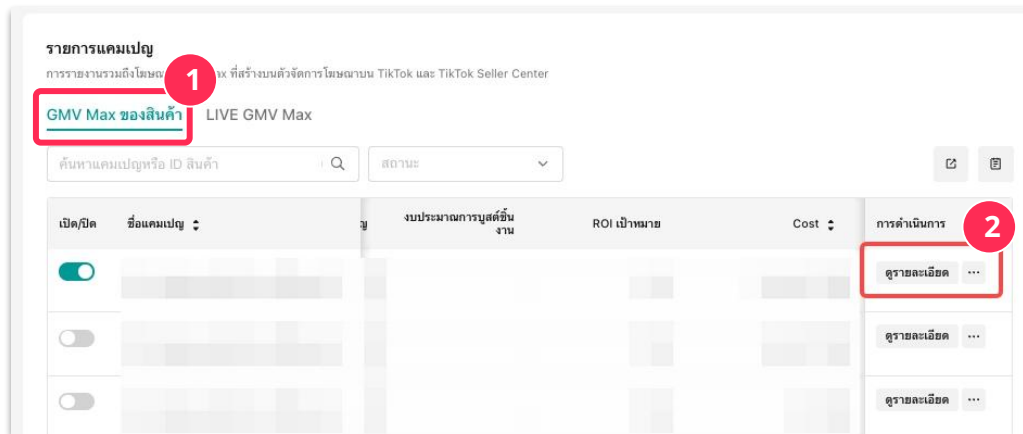
ข้อแนะนำการใช้งาน Creative Boost

- 1 แคมเปญ สามารถ Boost ได้สูงสุด 100 VDO
- Creative Boost ไม่ได้การันตีว่าคลิปวิดีโอจะเข้าสู่สถานะ "Delivering"

Creative Boost จะไม่สามารถใช้กับ

- VDO ที่สินค้าที่อยู่ใน Max Delivery Mode
- VDO ที่ไม่ได้รับสิทธิ์ในใช้งานจาก Creator เพื่อมาทำโฆษณา

วิธีตั้งค่า Creative Boost



เริ่ม Boost ชิ้นงานโฆษณาได้ที่

1. ที่หน้าแดชบอร์ดโฆษณา คลิก GMV Max ของสินค้า
2. คลิก “ดูรายละเอียด” แคมเปญที่ต้องการ
3. คลิก “ดูชิ้นงานโฆษณา” สินค้าที่ต้องการ

วิธีตั้งค่า Creative Boost

การรายงานผลแคมเปญและขึ้นงานโฆษณา

ดูชิ้นงานโฆษณาเพื่อดูข้อมูลประสิทธิภาพของวิดีโอและรูปภาพในโฆษณาของคุณที่แสดงสินค้าแต่ละรายการในแคมเปญนี้ ข้อมูลชิ้นงานโฆษณาจะตัววิดีโอจะพร้อมใช้งานหลังจากวันที่ 27 กันยายน 2024

สินค้า

ชิ้นงานโฆษณา

X

พร้อมจำหน่าย

คำสั่งซื้อ (SKU) 242

รายได้เริ่มต้น 132,263.06 THB

หากต้องการเพิ่มประสิทธิภาพ โปรดเพิ่มวิดีโอของคุณเองหรืออนุญาตให้แพลตฟอร์มเลือกวิดีโอที่มีสินค้า [เรียนรู้เพิ่มเติม](#)

ค้นหาตามชื่อวิดีโอ, ID โฟลด์ หรือบัญชี TikTok

สถานะ

สถานะ

ประเภทการอนุญาตให้สิทธิ์

🔍

📄

...

In queue Learning Delivering) แนะนำการอนุญาตให้สิทธิ์แล้ว (0) กำลังบูสต์ (0) บูสต์แล้ว (0)

ชิ้นงานโฆษณา	บัญชี	คำสั่งซื้อ (SKU)	รายได้เริ่มต้น	ผลการแสดงผลโฆษณาสินค้า	ยอด	บูสต์ชิ้นงาน
						ตั้งค่า ดูข้อมูล
						ตั้งค่า ดูข้อมูล
						ตั้งค่า ดูข้อมูล

เมื่อเข้ามาที่รายงานชิ้นงานโฆษณา

- เลือก VDO ที่ต้องการ Boost จากนั้น คลิก “ตั้งค่า” ที่หัวข้อมูลชิ้นงาน
- ตั้งค่าโดยกำหนดงบประมาณรายวัน และ ช่วงเวลาที่ต้องการให้ Boost ชิ้นงานโฆษณา

ตั้งค่าการบูสต์ชิ้นงาน

ไม่ได้ใช้งาน

กำหนดงบประมาณเพิ่มเติมสำหรับวิดีโอที่มีศักยภาพสูงสุดของคุณ โดยสามารถปรับการตั้งค่างบประมาณและการตั้งค่ากำหนดเวลาได้ทุกเมื่อ

การตั้งค่าการบูสต์ชิ้นงาน

งบประมาณ

การบูสต์ชิ้นงานจะใช้งบประมาณ ซึ่งแยกจากงบประมาณแคมเปญ โดยจัดสรรให้เหมาะสมต่อการกำหนดการของแคมเปญ เพื่อให้การโฆษณาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพได้

งบประมาณการบูสต์ชิ้นงานไม่รวมอยู่ในการคำนวณสำหรับการซื้อสินค้า ROAS ของแคมเปญของคุณ

งบประมาณรายวัน อย่างน้อย 100

THB

ระบบจะใช้งบประมาณรายวันของคุณอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งวัน หากระยะเวลาบูสต์ชิ้นงานของคุณน้อยกว่า 24 ชั่วโมงในวันที่กำหนด ระบบจะยังคงใช้จ่ายงบประมาณของคุณเต็มจำนวน

กำหนดการ

การบูสต์ชิ้นงานจะเริ่มเมื่อคุณยืนยันการตั้งค่าและเสร็จสิ้นในเวลาสิ้นสุดที่ควรระบุหรือเวลาสิ้นสุดของแคมเปญของคุณ แล้วตัวจะโรเตชันโฆษณาให้ชิ้นงาน การบูสต์ชิ้นงานของคุณจะไม่ดำเนินการต่อจนกว่าเวลาสิ้นสุดของแคมเปญ

☐ กำหนดเวลาสิ้นสุด

คำถามที่พบบ่อย Creative Boost

คำถาม: ใช้ Creative Boost แล้ววิดีโอยังไม่ Deliver แปลว่าฟีดเอร์ไม่ทำงานหรือไม่?

ตอบ: Creative Boost ไม่ได้การันตีว่าวิดีโอจะเข้าสู่สถานะ "Delivering" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบวิดีโอที่ระบบอาจประเมินค่าต่ำ แต่ร้านค่าประเมินว่า VDO อาจจะมีศักยภาพดีกว่านั้น

คำถาม: ทำไมวิดีโอที่ Boost ถึงหยุด Deliver หลัง Boost จบ?

ตอบ: เป็นเหตุการณ์ปกติ เนื่องจากฟีดเอร์ออกแบบมาเพื่อเพิ่มการมองเห็นระยะสั้น การนำส่งต่อขึ้นอยู่กับผลลัพธ์จริงของวิดีโอ หากหยุด: วิดีโออาจจะคุณภาพต่ำ หากยังไปต่อ: Boost ช่วยผลักวิดีโอคุณภาพดีให้ระบบเห็น

คำถาม: การ Boost จะกระทบ ROI แคมเปญหรือไม่?

ตอบ: มีโอกาสกระทบ เพราะ Creative Boost ไม่คุม ROI หากวิดีโอที่ Boost ประสิทธิภาพต่ำ ROI อาจลดลง

คำแนะนำ: ควร Boost เฉพาะวิดีโอที่มีศักยภาพสูง (เช่น มีผลลัพธ์ออร์แกนิกดี) และหลีกเลี่ยงการ Boost วิดีโอที่กำลัง Deliver อยู่ เว้นแต่ต้องการเพิ่มการมองเห็นหรือสร้างแบรนด์