



Shopee

MARKETING SOLUTIONS

Quảng cáo Cộng tác Facebook (CPAS) **HƯỚNG DẪN CÀI ĐẶT QUẢNG CÁO**

This deck covers everything **after** you receive access to our catalog segment

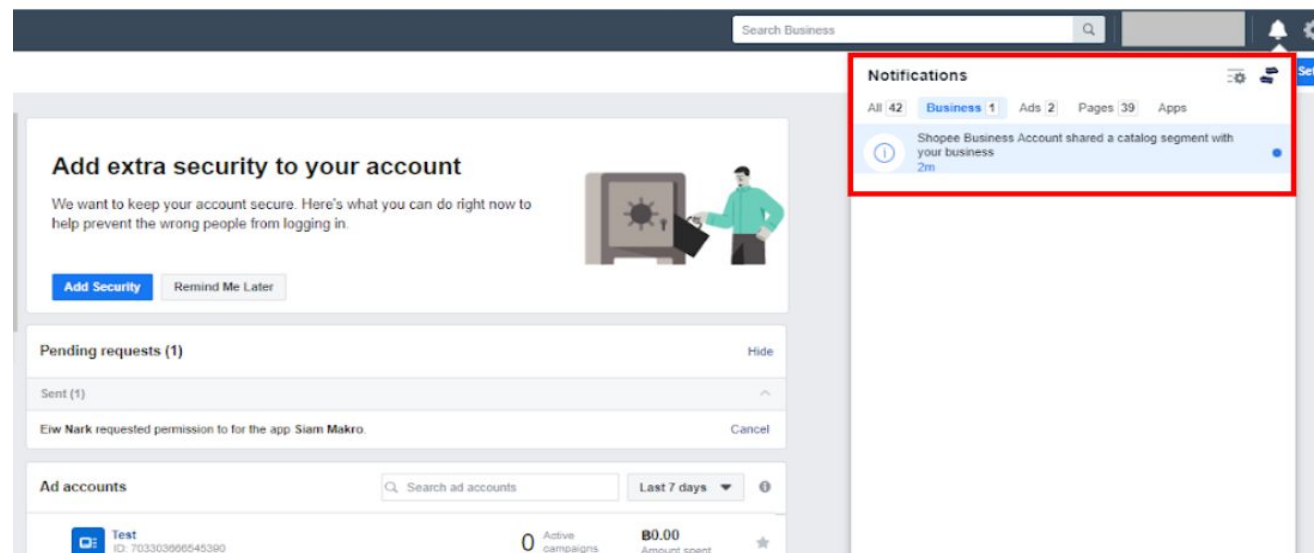
Nội dung này bao gồm tất cả thông tin sau khi bạn nhận được quyền truy cập vào phân đoạn danh mục

Step-by-step:

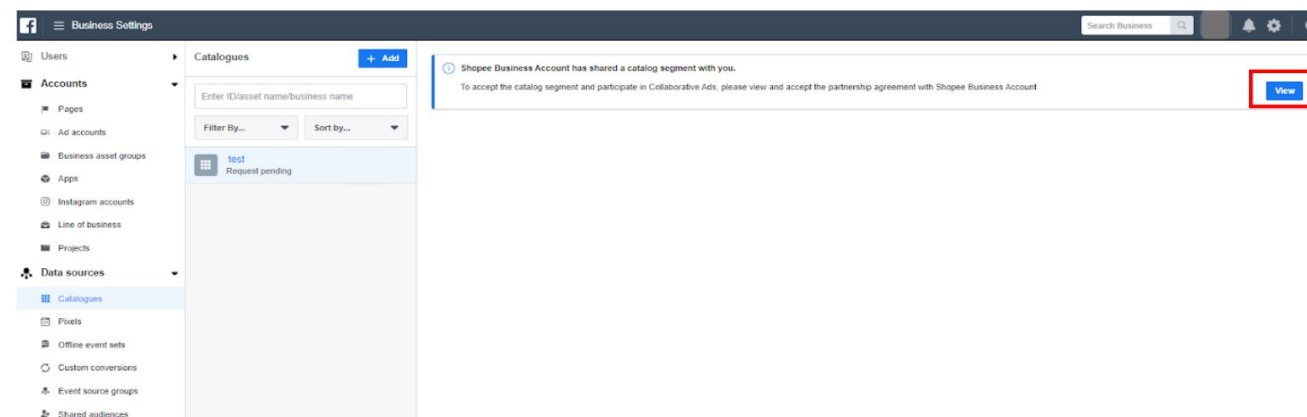
1. Chấp nhận danh mục
(Accept Catalog)

Accept Catalog from Shopee

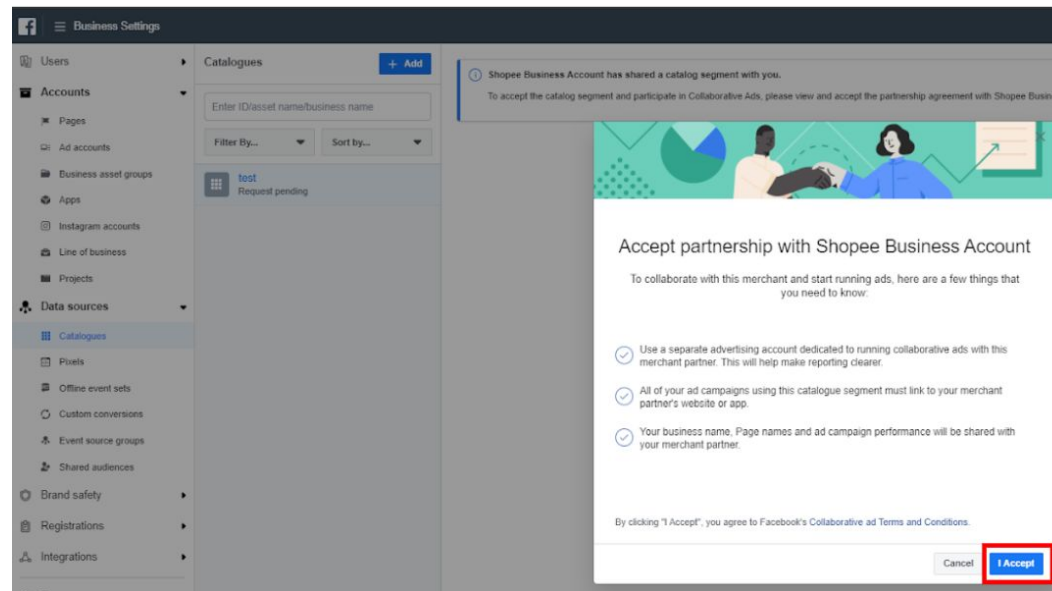
1.1) Nhãn hàng/Agency nhận thông báo



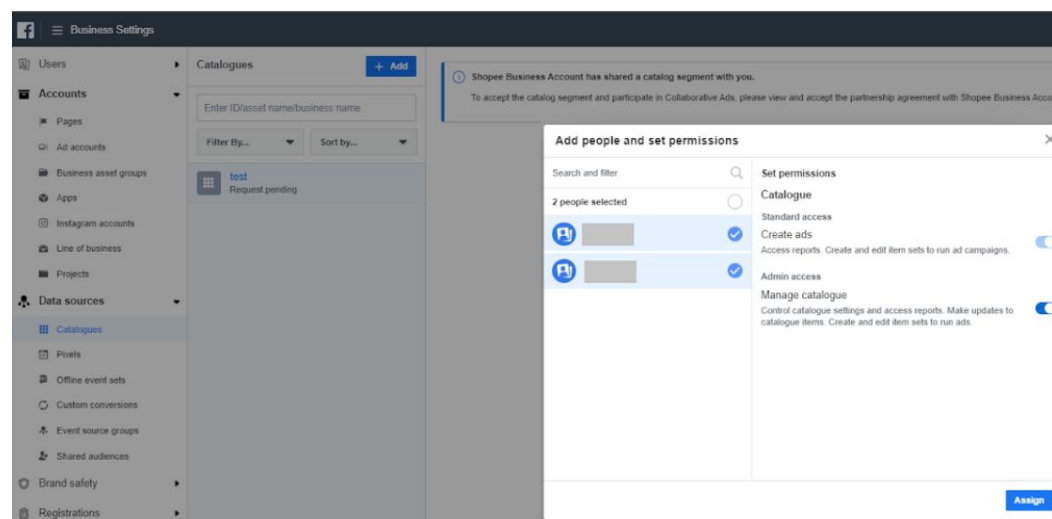
1.2) Nhãn hàng/Agency chọn Xem trong nguồn dữ liệu Data sources (Catalogue)



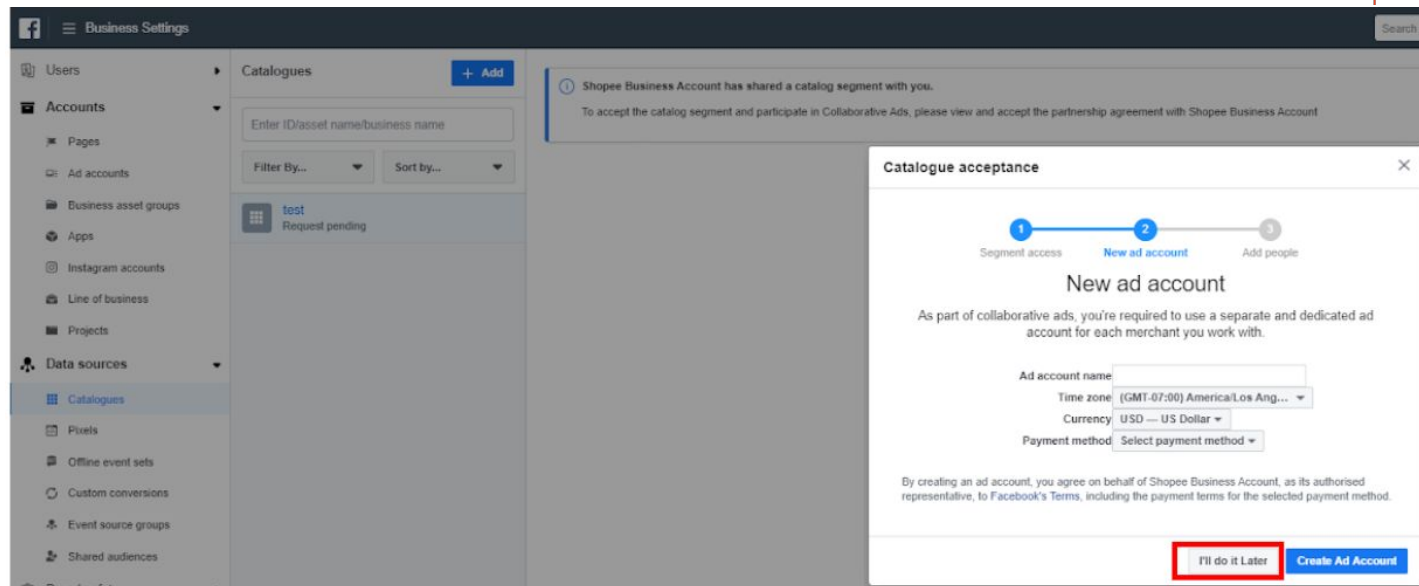
1.3) Nhãn hàng/Agency đồng ý điều khoản và điều kiện



1.4) Nhãn hàng/Agency phân quyền cho người quản lý Shopee Catalogue



1.5) Nhãn hàng/ Agency nhấn “Tôi sẽ thực hiện sau”



Business Settings

Shopee Business Account has shared a catalog segment with you.
To accept the catalog segment and participate in Collaborative Ads, please view and accept the partnership agreement with Shopee Business Account

Catalogue acceptance

1 Segment access 2 **New ad account** 3 Add people

New ad account

As part of collaborative ads, you're required to use a separate and dedicated ad account for each merchant you work with.

Ad account name

Time zone (GMT-07:00) America/Los Ang... ▾

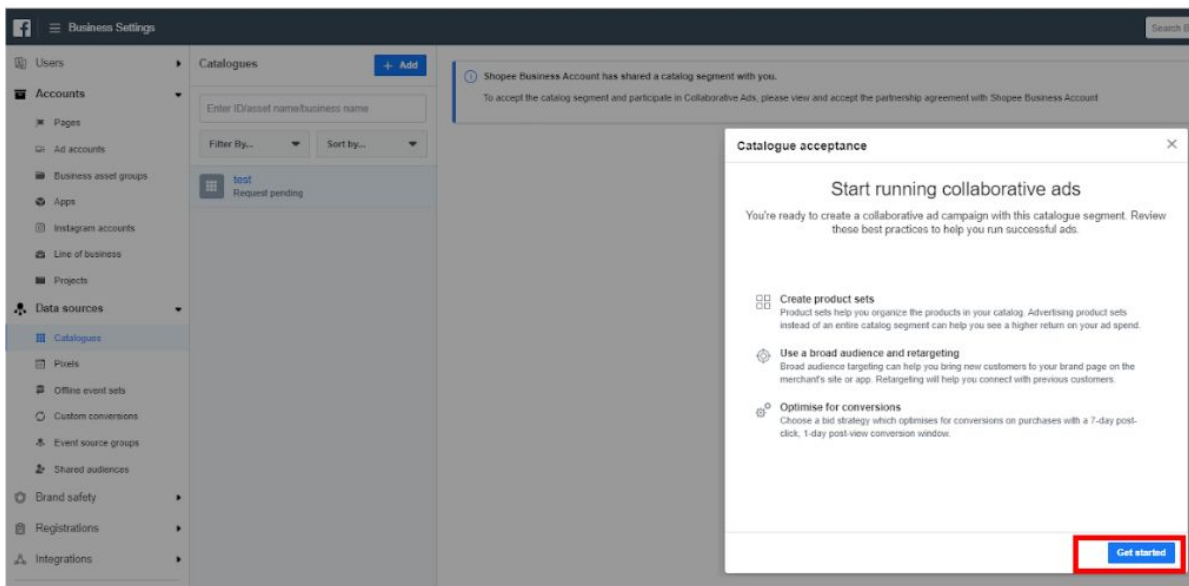
Currency USD — US Dollar ▾

Payment method Select payment method ▾

By creating an ad account, you agree on behalf of Shopee Business Account, as its authorised representative, to Facebook's Terms, including the payment terms for the selected payment method.

I'll do it Later **Create Ad Account**

1.6) Nhãn hàng/Agency nhấn “Bắt đầu”



Business Settings

Shopee Business Account has shared a catalog segment with you.
To accept the catalog segment and participate in Collaborative Ads, please view and accept the partnership agreement with Shopee Business Account

Catalogue acceptance

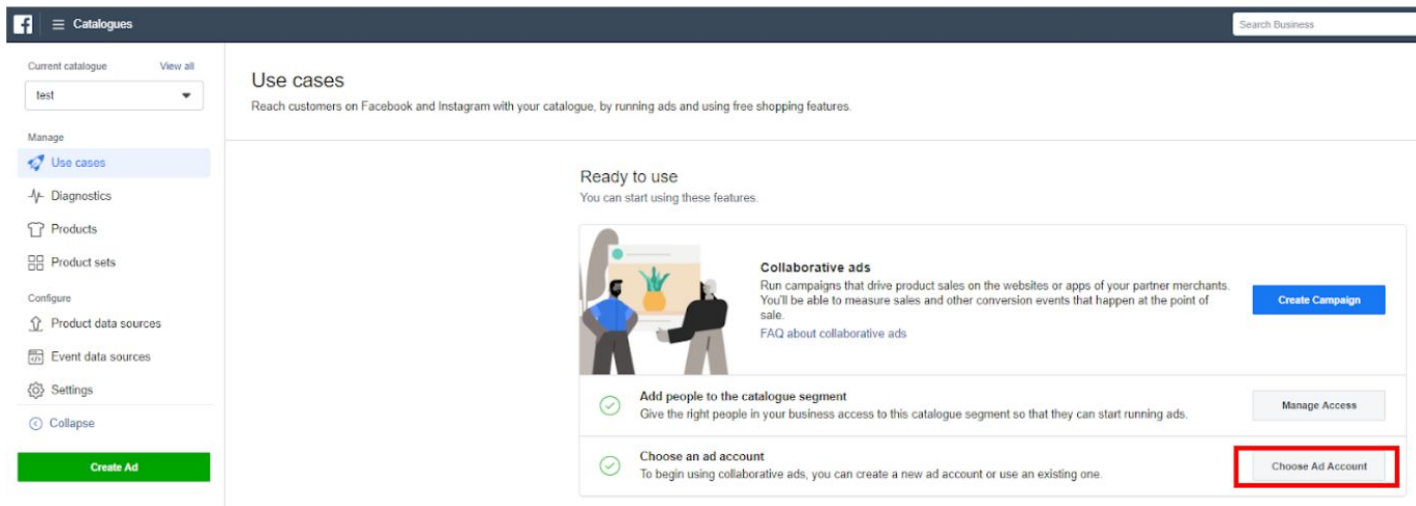
Start running collaborative ads

You're ready to create a collaborative ad campaign with this catalogue segment. Review these best practices to help you run successful ads.

- Create product sets**
Product sets help you organize the products in your catalog. Advertising product sets instead of an entire catalog segment can help you see a higher return on your ad spend.
- Use a broad audience and retargeting**
Broad audience targeting can help you bring new customers to your brand page on the merchant's site or app. Retargeting will help you connect with previous customers.
- Optimise for conversions**
Choose a bid strategy which optimises for conversions on purchases with a 7-day post-click, 1 day post view conversions window.

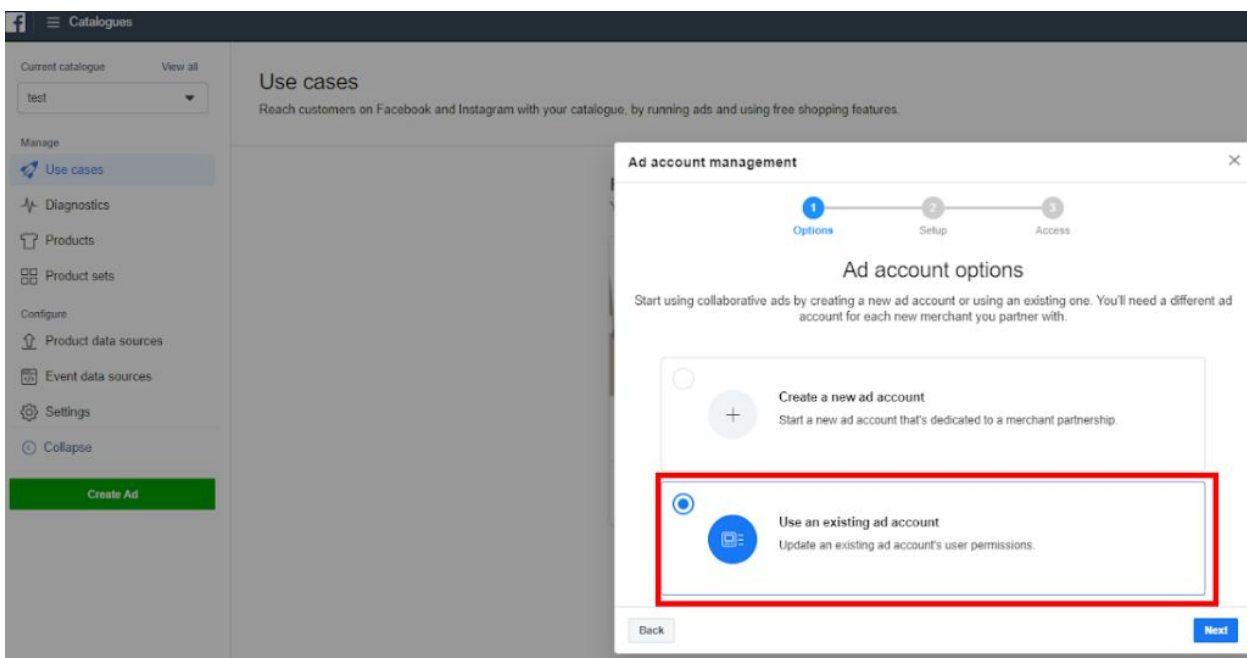
Get started

1.7) Nhãn hàng/Agency nhấn “Chọn tài khoản quảng cáo”



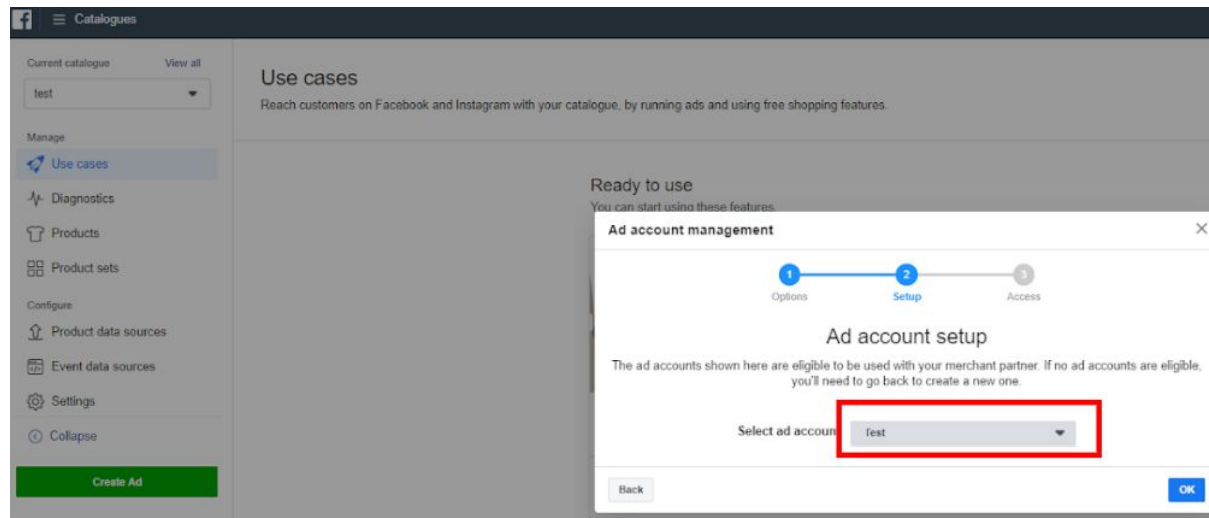
The screenshot shows the Facebook Catalogue interface. On the left is a navigation menu with options like 'Use cases', 'Diagnostics', 'Products', 'Product sets', 'Configure', 'Product data sources', 'Event data sources', and 'Settings'. The main content area is titled 'Use cases' and includes a sub-header 'Reach customers on Facebook and Instagram with your catalogue, by running ads and using free shopping features.' Below this, there's a 'Ready to use' section with a 'Collaborative ads' card. The 'Collaborative ads' card has a 'Create Campaign' button. Below it are two checklist items: 'Add people to the catalogue segment' with a 'Manage Access' button, and 'Choose an ad account' with a 'Choose Ad Account' button highlighted by a red box.

1.8) Nhãn hàng/Agency chọn “Sử dụng tài khoản quảng cáo đã tồn tại”

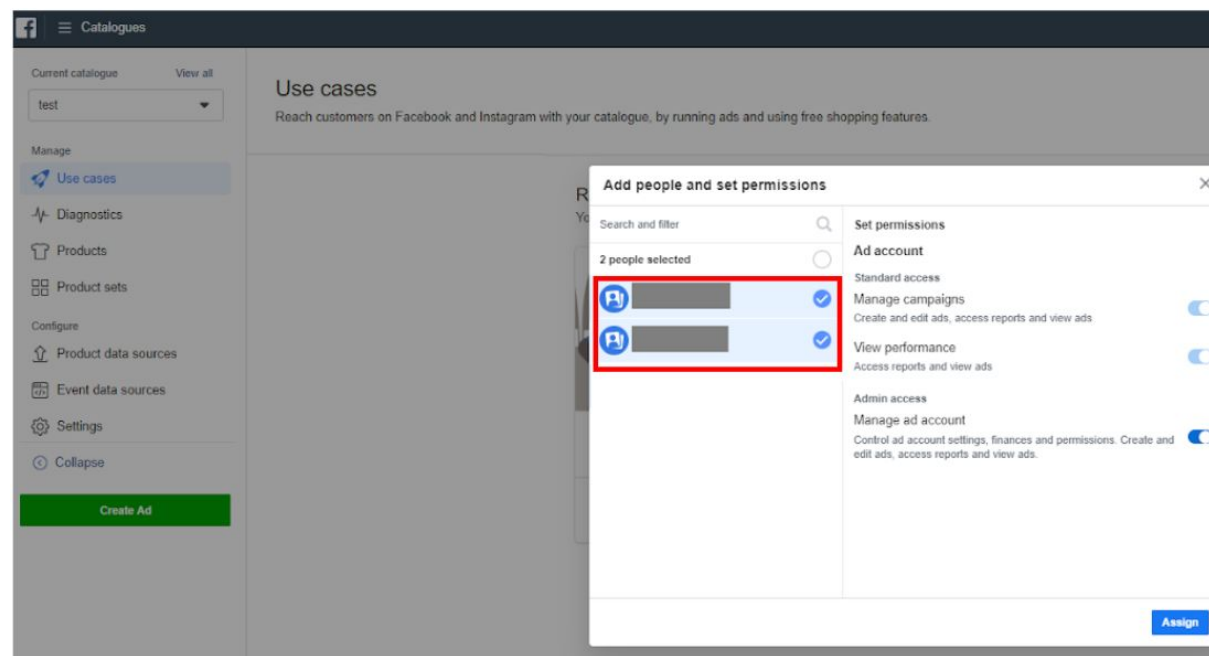


This screenshot shows the 'Ad account management' dialog box overlaid on the 'Use cases' page. The dialog has a progress bar with three steps: 'Options', 'Setup', and 'Access'. Under the 'Options' step, there are two choices: 'Create a new ad account' and 'Use an existing ad account'. The 'Use an existing ad account' option is selected with a radio button and is highlighted by a red box. The dialog also includes 'Back' and 'Next' buttons at the bottom.

1.9) Nhãn hàng/Agency chọn tài khoản quảng cáo



1.10) Nhãn hàng/Agency phân quyền cho người quản lý tài khoản quảng cáo





Shopee

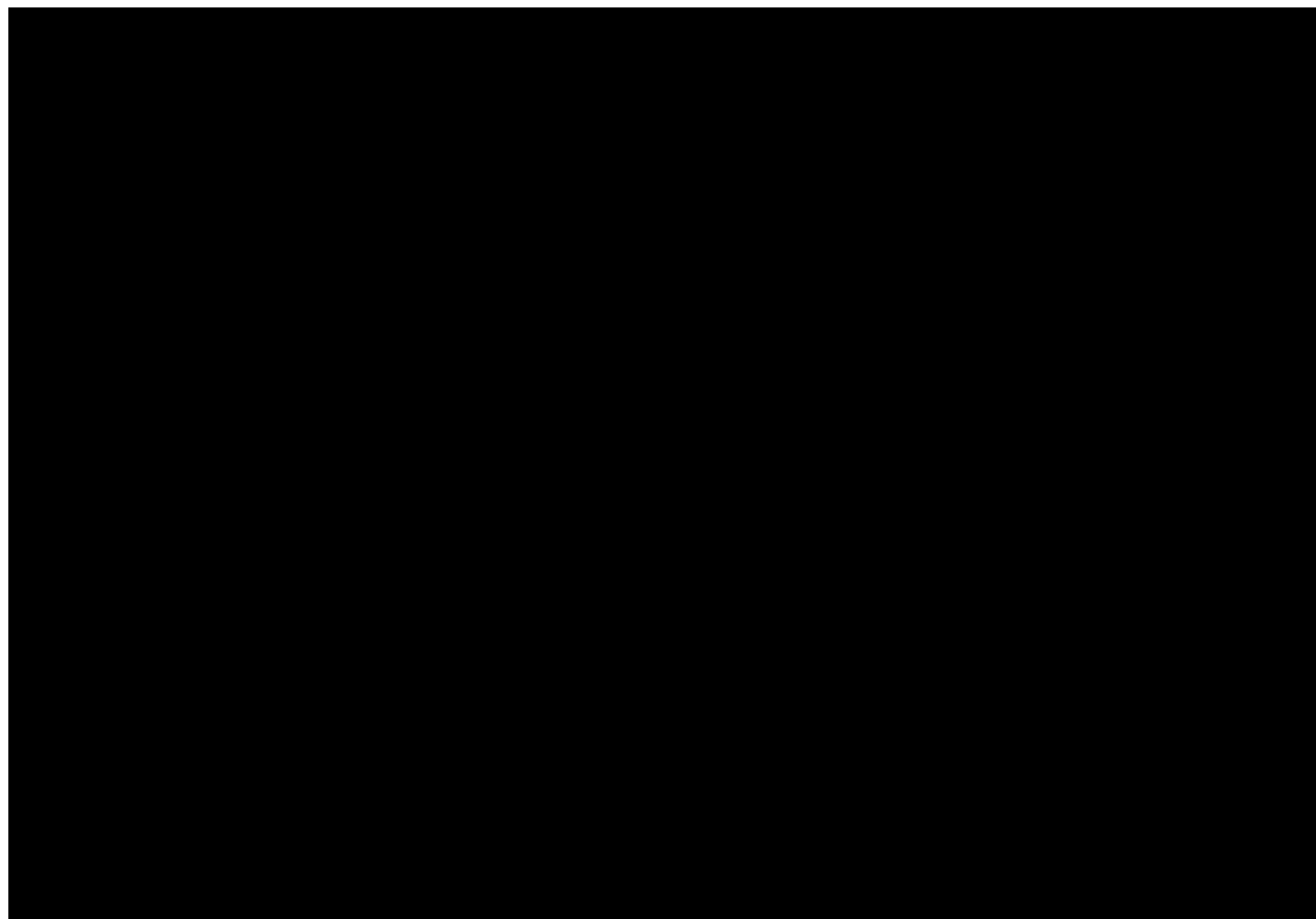
Step-by-Step:

2. Tạo Chiến dịch quảng cáo (Ad Campaign)





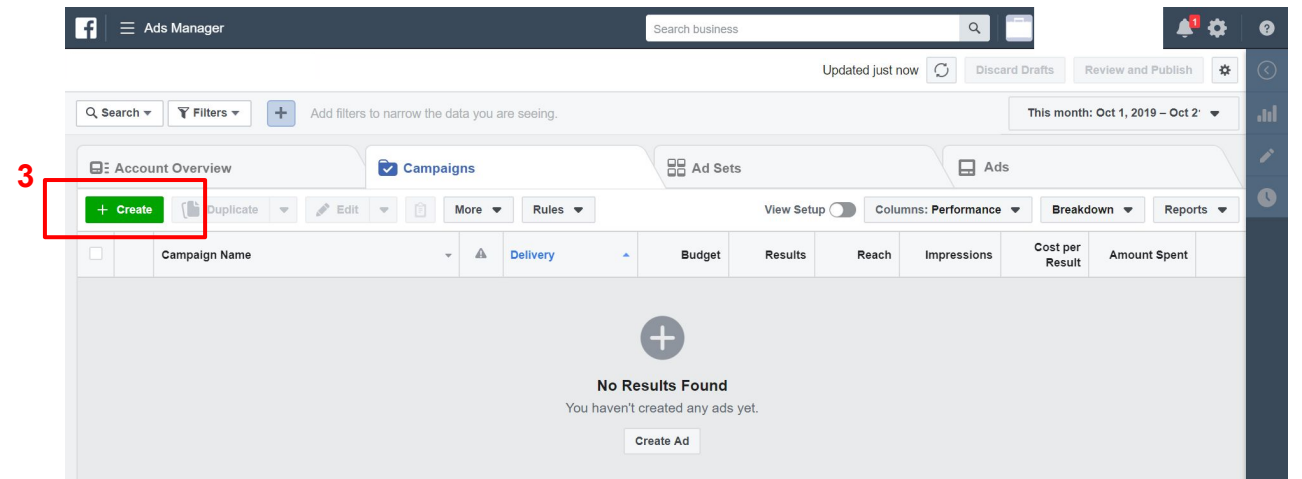
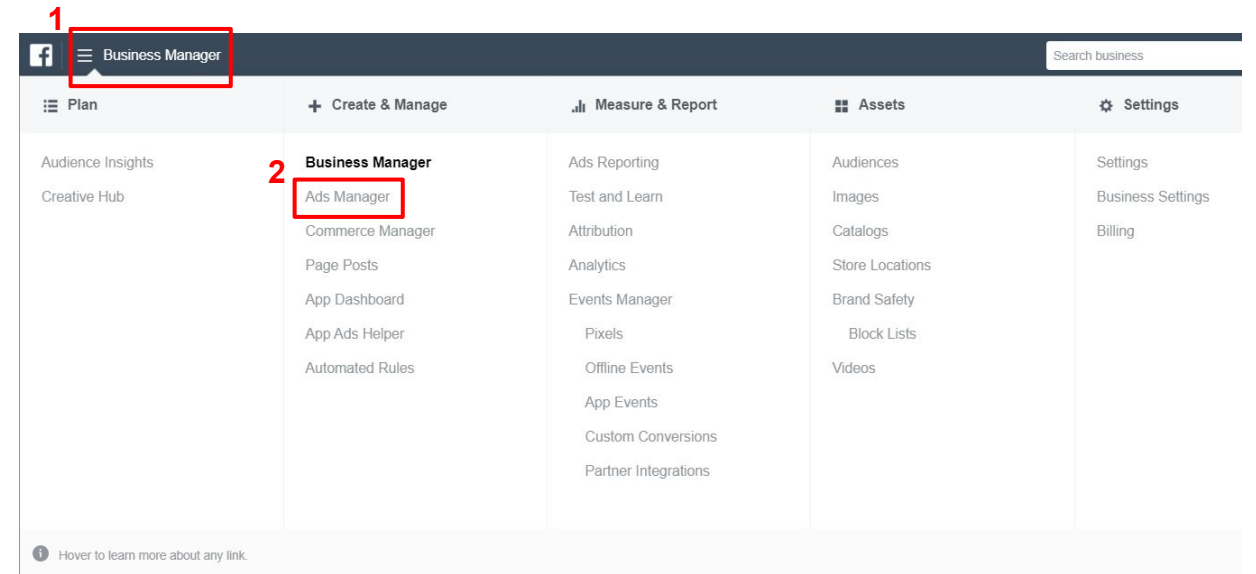
Video Hướng Dẫn





Quy trình cài đặt quảng cáo - Cấp độ chiến dịch

1. Mở menu thả xuống dưới trình quản lý doanh nghiệp
2. Vào trình **Quản lý Quảng Cáo**
3. Nhấp chuột chọn **“Tạo mới”** cho chiến dịch





Quy trình cài đặt quảng cáo - Cấp độ chiến dịch

4. Mục tiêu chiến dịch (Mục tiêu Tiếp thị) phải được đặt là Danh mục bán hàng cho Quảng cáo cộng tác. Nếu không, nó sẽ không phải là định dạng Quảng cáo cộng tác.

5. Nhập tên Chiến dịch yêu thích

6. Tốt nhất, bạn nên bật “Tối ưu ngân sách chiến dịch”

7. Chiến lược giá thầu của chiến dịch được đặt là “Chi phí thấp nhất” hoặc tùy thuộc vào quyết định của nhãn hàng/agency

Khi hoàn thành xong, nhấp vào “Thiết lập tài khoản quảng cáo” và “Tiếp tục” để chuyển sang “Cấp độ thiết lập quảng cáo”

Facebook Ads Manager interface showing the campaign creation process. The main objective selected is **Catalog sales** (highlighted with a red box and number 4).

Configuration details for the **Catalog sales** campaign:

- 5** Campaign Name: Catalog sales
- 6** Campaign Budget Optimization: ON
- 7** Campaign Bid Strategy: Lowest cost

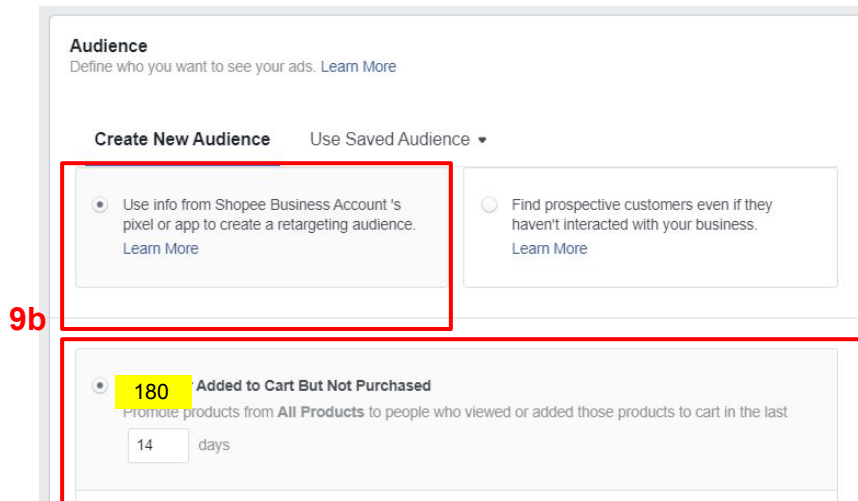
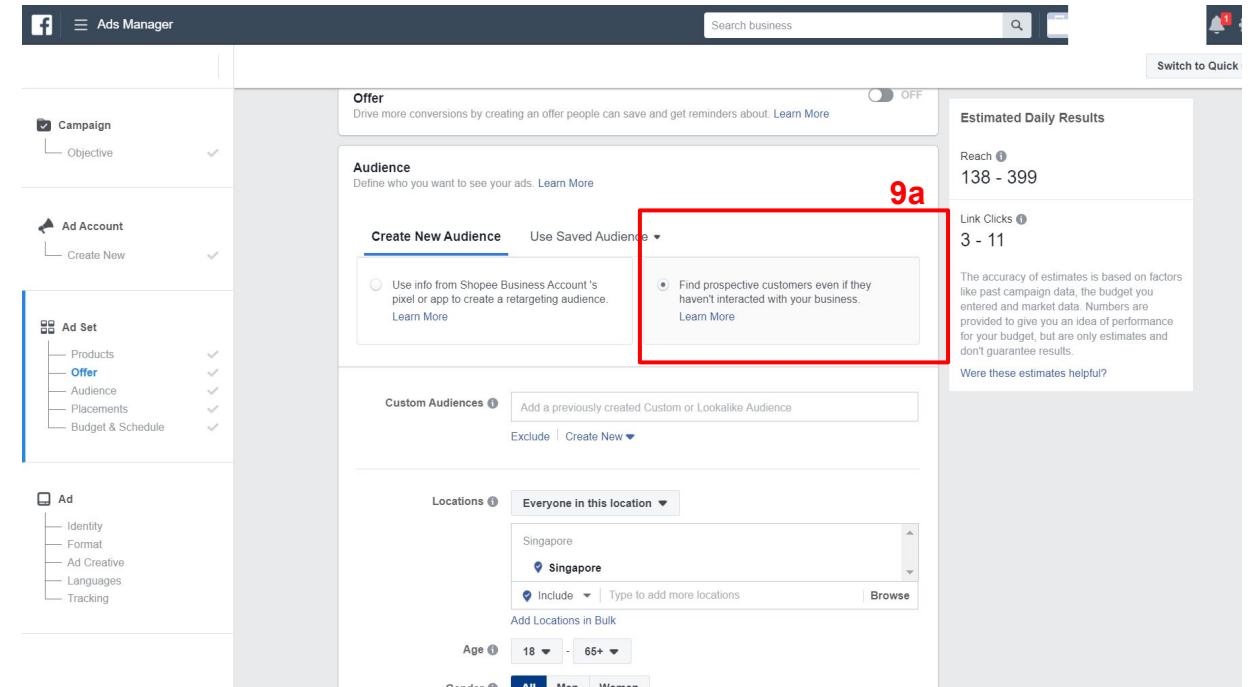
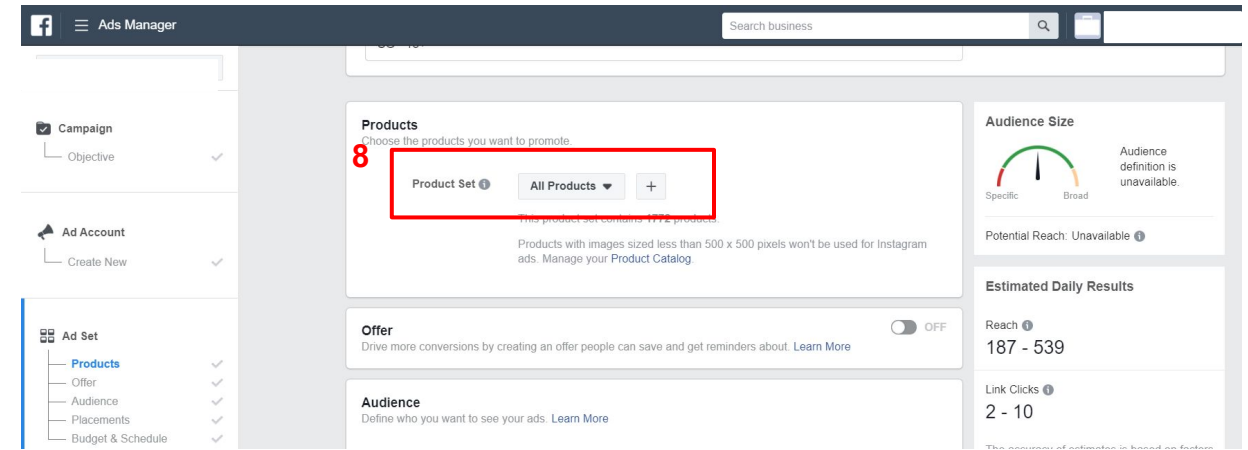


Quy trình cài đặt quảng cáo - Cấp độ bộ quảng cáo

8. Để tạo bộ sản phẩm, chọn **“Tất cả sản phẩm”** (để tạo bộ sản phẩm trong catalog, chuyển sang slide 16)

9. Đối tượng

- 9a) Tìm kiếm khách hàng tiềm năng > Chọn “Tìm khách hàng tiềm năng” (có thể gọi là Đối tượng mở rộng). Bạn có thể nhắm đối tượng theo nhân khẩu học hoặc theo vị trí địa lý phù hợp với sản phẩm của mình. Hãy khoanh vùng đối tượng rộng nhất có thể.
- 9b) Retargeting (Tiếp thị lại) > Chọn “Sử dụng thông tin từ Shopee” (có thể gọi là Đối tượng “Đối tượng tiếp thị lại”)
 - Chọn “Đã xem hoặc đã thêm vào giỏ hàng nhưng không mua hàng, **180 ngày**”





Quy trình cài đặt quảng cáo - Cấp độ bộ quảng cáo

- 9c) Bán chéo > Chọn “Sử dụng thông tin từ Shopee...” (có thể gọi là Đối tượng tiếp thị lại”
- Chọn “Sản phẩm bán chéo”, 180 ngày

Audience
Define who you want to see your ads. [Learn more](#)

Create new audience Use saved audience ▾

Use information from Shopee Business Account's pixel or app to create a retargeting audience. [Learn more](#)

Find prospective customers even if they haven't interacted with your business. [Learn more](#)

9c

Cross-sell Products
Promote All products to people who purchased from the product set below in the last **180** days

Purchased products from: ⓘ

All products ▾ +

- 10. Chọn vị trí được đề xuất - “Vị trí tự động”

Smart by Shopee (2027...)

Campaign Objective

Ad Account Create New

Ad Set

- Product
- Offer
- Audience
- Placements
- Budget & Schedule

Ad

- Identify
- Format
- Ad Creative
- Language
- Tracking

10

Placements
How your ads fit the right people in the right places

Automatic Placements (Recommended)
Use automatic placements to maximize your budget and help show your ads to more people. Facebook's delivery system will show your ad with budget across multiple placements based on where they're likely to perform best. [Learn More](#)

EST PLACEMENTS
Automatically choose the places to show your ad. The more placements you select, the more opportunities you'll have to reach your target audience and achieve your business goals. [Learn More](#)

Optimization & Spending Controls
Choose how your ads will be shown, and when you'd like your ads to appear.

Optimization for Ad Delivery ⓘ Conversion Events ▾

Event Type ⓘ Purchase ▾

Cost Control ⓘ The lowest cost bid strategy doesn't have a cost control. Facebook will aim to spend your entire budget and get the most purchases using the lowest cost bid strategy.

Schedule ⓘ Run my ad set continuously starting today
 Set a start and end date

Conversion window ⓘ 7 days click ▾

Ad Set Spend Limits ⓘ This ad set is part of a campaign that is using campaign budget optimization. If you have spending requirements for this ad set, add them here. [Add spend limits to this ad set](#)

Estimated Daily Results
Based on 7-day click conversion window

Reach ⓘ 27 - 77

Conversion Events ⓘ < 10

The accuracy of estimates is based on factors like past campaign data, the budget you entered and market data. Estimates are provided to give you an idea of performance for your budget. Set ad goals, optimize and don't guarantee results. [Were these estimates helpful?](#)



Quy trình cài đặt quảng cáo - Cấp độ bộ quảng cáo

11. Chọn “**Sự kiện chuyển đổi**” để tối ưu hóa phân phối quảng cáo, và lên lịch để “**Chạy quảng cáo liên tục...**”

11a. Loại sự kiện: Thêm vào giỏ hoặc Mua hàng (dựa vào Mục tiêu tiếp thị)

Optimization & Spending Controls
Define how much you'd like to spend, and when you'd like your ads to appear.

Optimization for Ad Delivery Conversion Events **11a**

Event Type Purchase **11a**

- View Content
- Add to Cart
- Add to Wishlist
- Purchase**
- Complete Registration
- Initiate Checkout
- Search
- Lead

Cost Control The lowest cost bid strategy doesn't have a cost control. Facebook will aim to spend your entire budget and get the most purchases using the lowest cost bid strategy.

Schedule Run my ad set continuously starting today

Conversion window 7 days click

Ad Set Spend Limits This ad set is part of a campaign that is using campaign budget optimization. If you have spending requirements for this ad set, add them here. Add spend limits to this ad set

When You Get Charged Impression

Hide Advanced Options

11 **Optimization & Spending Controls**
Define how much you'd like to spend, and when you'd like your ads to appear.

Optimization for Ad Delivery Conversion Events

Event Type Purchase

Cost Control The lowest cost bid strategy doesn't have a cost control. Facebook will aim to spend your entire budget and get the most purchases using the lowest cost bid strategy.

Schedule Run my ad set continuously starting today

Set a start and end date

Conversion window 7 days click

Ad Set Spend Limits This ad set is part of a campaign that is using campaign budget optimization. If you have spending requirements for this ad set, add them here. Add spend limits to this ad set

Placements
Show your ads to the right people in the right places.

- Automatic Placements (Recommended)**
Use automatic placements to maximize your budget and help show your ads to more people. Facebook's delivery system will allocate your ad set's budget across multiple placements based on where they're likely to perform best. [Learn More](#)
- Edit Placements**
Manually choose the places to show your ad. The more placements you select, the more opportunities you'll have to reach your target audience and achieve your business goals. [Learn More](#)

Estimated Daily Results
Based on 7-day click conversion window

Reach 27 - 77

Conversion Events < 10

The accuracy of estimates is based on factors like past campaign data, the budget you entered and market data. Numbers are provided to give you an idea of performance for your budget, but are only estimates and don't guarantee results.

Were these estimates helpful?



Quy trình cài đặt quảng cáo - Cấp độ bộ quảng cáo

12. Cửa sổ chuyển đổi được chọn như “Lượng click trong 7 ngày”
7 days click = bất kỳ đơn hàng nào được hoàn thành sau khi một người mua hàng nhấp chuột vào quảng cáo có thể được tính vào quảng cáo đó

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left, there is a navigation menu with sections for Campaign, Ad Account, Ad Set, and Ad. The 'Ad Set' section is expanded, showing options for Products, Offer, Audience, Placements, and Budget & Schedule. The 'Budget & Schedule' section is selected, and the 'Conversion window' dropdown menu is highlighted with a red box. The dropdown menu is set to '7 days click'. A red number '12' is placed to the left of the box. The main content area shows the 'Placements' and 'Optimization & Spending Controls' sections. The 'Placements' section has two options: 'Automatic Placements (Recommended)' and 'Edit Placements'. The 'Optimization & Spending Controls' section has several settings: 'Optimization for Ad Delivery' set to 'Conversion Events', 'Event Type' set to 'Purchase', 'Cost Control' set to 'The lowest cost bid strategy doesn't have a cost control.', and 'Schedule' set to 'Run my ad set continuously starting today'. The 'Conversion window' dropdown menu is highlighted with a red box, and a red number '12' is placed to its left. The 'Ad Set Spend Limits' section is also visible at the bottom.



Quy trình cài đặt quảng cáo - Cấp độ quảng cáo

13. Chọn định dạng Carousel hoặc Collection

13

Format
Choose how you'd like to structure your ad.

- Carousel**
2 or more scrollable images or videos
- Single Image**
One image
- Collection**
Group of items that opens into a fullscreen mobile experience

Starting Aug 19, Mobile News Feed Ads Will Display Differently
We're updating the way ads appear on Mobile News Feed to match the new Facebook design patterns. By mid-September, ads on Mobile News Feed will:

- Show only 3 lines of primary text before the link to view more
- Have more text before the link



Shopee

Step-by-Step:

3. Thêm Mã Theo Dõi Hiệu
Quả Quảng Cáo UTM



Thêm mã theo dõi hiệu quả quảng cáo UTM vào chiến dịch Facebook

1000 x 1000

Headline ⓘ

Up to 80% off for Cofoe products on Raya Sale

Products featured in News Feed ⓘ

Dynamically selected (Recommended)

Customise up to four products to feature

Customise

Deep link to website ⓘ

a

App link destination ⓘ

Open deep link in mobile app, fall back to web URL ▾

Tracking

URL parameters (optional) ⓘ

utm_source=facebook&utm_medium=seller&utm_campaign=s16586050_MS_MY_FBD2_DPA112_03052019_CBCofoeMedical&utm_term=DPA112_MY_A001_Prospecting_1836_U&utm_content=DPA112_MY_A001_Prospecting_CPE_1836_U_Seller_Seller-T112CBCofoeMedical_Collection

Build a URL parameter

Reminders:

- KHÔNG ĐƯỢC** đặt bất cứ gì vào mục Deep link to website
- CẦN** điền mẫu UTM vào mục "UTM parameters" sau khi nhấn vào "Build a URL parameter"
- CẦN** gắn mã theo dõi UTM với URL trang đích vào nút kêu gọi hành động ở mẫu quảng cáo Bộ sưu tập

Fixed button

Give people an action to take.

Label

Shop Now at Shopee

Destination

c

https://shopee.com.my/cofoemedical.os?utm_source=facebook&utm_medium=seller&utm_campaign=s16586050_MS_MY_FBD2_DPA112_03052019_CBCofoeMedical&utm_term=DPA112_MY_A001_Prospecting_1836_U&utm_content=DPA112_MY_A001_Prospecting_CPE_1836_U_Seller_Seller-T112CBCofoeMedical_Collection



Thêm mã theo dõi hiệu quả quảng cáo UTM vào chiến dịch Facebook (Step-by-step)

Bước 1: Lấy/tạo (I) link URL có gắn mã theo dõi UTM và (II) tên chiến dịch (Campaign Name) Shopee cung cấp qua email đăng ký hoặc người hỗ trợ/BD Shopee

Bước 2: Khi người bán hàng thiết lập chiến dịch CPAS, đi tới cấp độ quảng cáo (Ad level) -> Thiết lập quảng cáo (Ad Setup) -> Chỉnh sửa (Edit) -> dán (I) link URL có gắn UTM vào mục **Đích đến (Destination)**

Customise your Instant Experience

Your collection ad includes a fast-loading, mobile-optimised experience that captures people's attention instantly when they interact with your ad. [Learn more](#)

The collection format isn't supported for all of the placements you've selected. This ad will be delivered to supported mobile placements.



Sell Products - 30/06/2021, 08:27

Edit

Remove

Bước 3: Vẫn trong cấp độ quảng cáo (Ad level) -> Theo dõi (Tracking) -> Tạo thông số URL (Build a URL parameter) -> dán (II) tên chiến dịch (Campaign Name)

Offline events ⓘ

URL parameters · Optional

&utm_source=facebook-ca&utm_medium=seller

Build a URL parameter

Shopee Business Account has already added some URL parameters to use in your ad campaigns. However, you can build and attach additional URL parameters.

Build a URL parameter

Fill in the fields in the form below to add parameters to your website URL. To automatically get information from your campaign, ad set or ad, click on each field and select a dynamic parameter, such as ID={{ad.id}}. [Learn more](#)

Some URL parameters have already been added

Your merchant partner has already added some URL parameters to use in your ad campaigns. You can still add campaign content and custom URL parameters.

Campaign source facebook-ca

To identify the source of traffic, e.g. Facebook, Instagram, a search engine or another source.

Campaign medium seller

To identify the advertising medium. For example, "banner", "email", "Facebook_Feed" or "Instagram_Story".

Campaign name s12345_SS_VN_OTHR_demo-perfect-url

To identify a specific promotion or strategic campaign. For example, "summer_sale".

Campaign content Select a dynamic parameter or enter a value

To differentiate ads or links that point to the same URL. For example, "white_logo", "black_logo".

Fixed button

Give people an action to take.

Label

Shop Now at Shopee

Destination

https://shopee.com.my/cofoemedical.os?utm_source=facebook&



Thêm mã theo dõi hiệu quả quảng cáo UTM vào chiến dịch Facebook (dành cho Non-Mall Seller)

Bước 1: Nhận UTM code từ Shopee cung cấp thông qua email đăng ký hoặc người hỗ trợ/BD Shopee

Bước 2: Khi người bán hàng thiết lập chiến dịch CPAS, đi tới cấp độ quảng cáo (Ad level) -> Theo dõi (Tracking) -> Tạo một tham số URL (Build a URL parameter)

Bước 3: Dán (1) UTM đã được chỉ định vào **URL parameters** và dán (2) link URL có gắn UTM vào mục **Destination**

(1) Cách thêm UTM

Headline 1
Up to 80% off for Cofoe products on Raya Sale

Products featured in News Feed 1
 Dynamically selected (Recommended)
 Customise up to four products to feature
 Customise

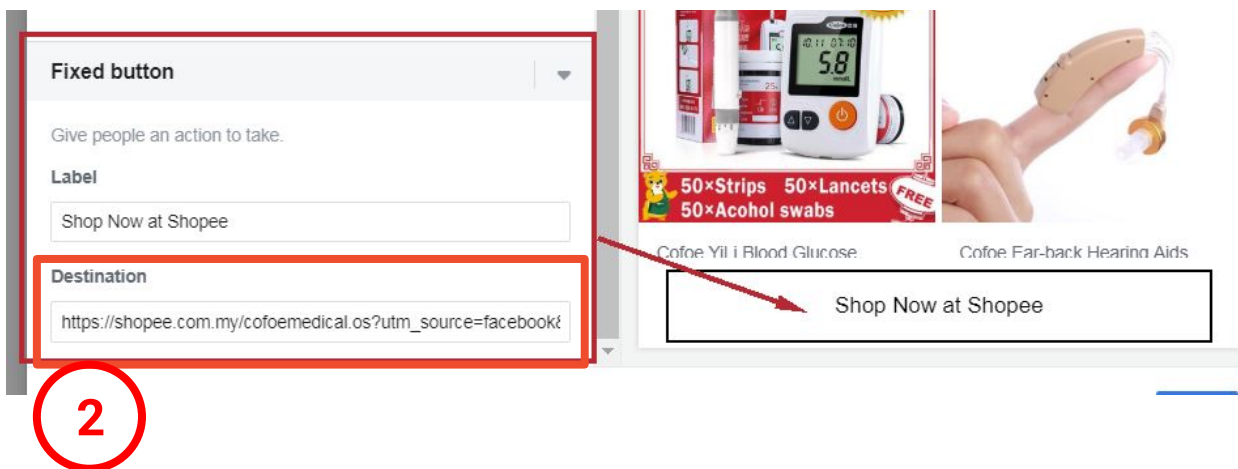
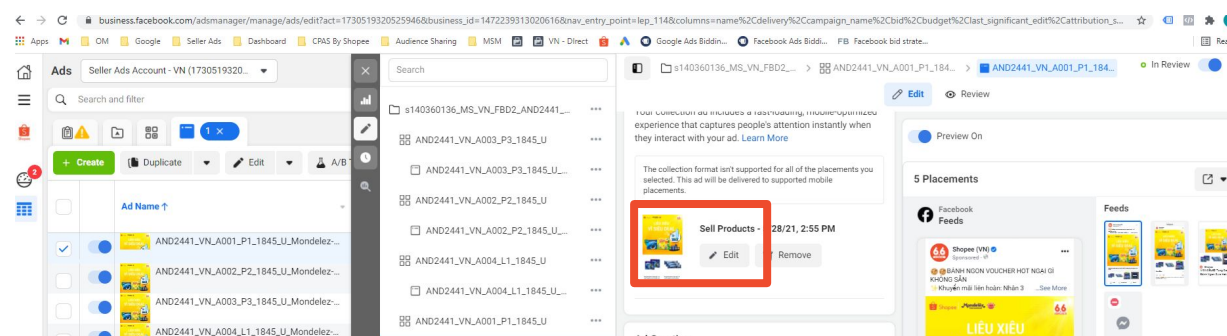
Deep link to website 1

App link destination 1
 Open deep link in mobile app, fall back to web URL

Tracking
 URL parameters (optional) 1
 utm_source=facebook&utm_medium=seller&utm_campaign=s16586050_MS_MY_FBD2_DPA112_03052019_CBCofoeMedical&utm_term=DPA112_MY_A001_Prospeting_1836_U&utm_content=DPA112_MY_A001_Prospeting_CPE_1836_U_Seller_Seller-T112CBCofoeMedical_Collection

Build a URL parameter

(2) Cách thêm link URL có UTM





Shopee

Không bắt buộc:

Tạo Bộ sản phẩm trong phân khúc danh mục

ví dụ: khi bạn có danh mục quần áo đầy đủ, nhưng muốn chạy Quảng cáo cộng tác chỉ giới thiệu quần áo NỮ





Quy trình tạo bộ sản phẩm

The screenshot shows the Facebook Catalog Manager interface. At the top, there is a navigation bar with the Facebook logo, a hamburger menu, the word 'Catalogs', a search bar for 'Search business', and notification, settings, and help icons. Below this is the 'Catalog Manager' header with the subtitle 'Build and manage your inventory to unlock the power of ads on Facebook and Instagram.' A 'Create Catalog' button is in the top right. The main content area is titled 'All Catalogs' and contains a search bar for 'Search catalogs' and a 'Delete catalogs' button. A table lists the catalogs, with the first row highlighted by a red box and a red number '1' next to it. The table has columns for Name, Number of Items, Your Access, Owned By, Diagnostics, and Recommendations. Below the table is a 'Help Center' section with links for 'About catalogs' and 'About Catalog Manager'.

	Name ↕	Number of Items ↕	Your Access ⓘ	Owned By ↕	Diagnostics	Recommendations
1	<input type="checkbox"/> CPAS - SG - S Catalog Segment ID: 231...	1.8K	Create Ads, Manage Catalog	Shopee Business Account	✔ No issues	Set Up Instagram Shopping Set Up Dynamic Ads

Help Center

- [About catalogs](#)
- [About Catalog Manager](#)

1. Chọn danh mục được chia sẻ với nhãn hàng/agency
Không chọn tạo Danh mục



Quy trình tạo bộ sản phẩm

2. Nhấn vào “Bộ sản phẩm” trên thanh bên trái

3. Sau đó chọn “Tạo bộ sản phẩm”

Current Catalog [View All](#)

Manage

- Use Cases
- Diagnostics
- Products
- Product Sets**

Configure

- Product Data Sources
- Events Data Sources
- Settings
- Collapse

[Create Ad](#)

Product Sets

Create a product set using filters to better control which products appear in your ads.

Search by Set Name or ID

[Create Product Set](#)

Name ↑	Number of Items	Actions
All Products	1,773	View Filters Advertise Product Set
	13	View Filters Advertise Product Set
	1,481	View Filters Advertise Product Set



Quy trình tạo bộ sản phẩm

4. Bạn có thể sử dụng nhiều bộ lọc khác nhau cho mục đích khác nhau.

- Nếu bạn có nhiều cửa hàng trong phân khúc danh mục, lọc bằng LOẠI SẢN PHẨM và nhập SHOP ID, ví dụ L'Oreal có thể tạo 1 bộ sản phẩm cho cửa hàng (L'Oreal Paris, Maybelline)
- Nếu bạn muốn sắp xếp theo tên sản phẩm, thì lọc bởi **SẢN PHẨM**
- Nếu bạn muốn sắp xếp theo ngành hàng, lọc bằng NGÀNH HÀNG ví dụ chỉ chạy quảng cáo cho ngành hàng quần áo nam trong toàn bộ danh mục

Tip: Mở rộng bộ sản phẩm nhiều nhất có thể để giúp quảng cáo động chạy phù hợp. Phải có ít nhất 10 SKUs cho 1 bộ sản phẩm

4



Shopee

Xử lý sự cố:
Nhận biết sự cố





Nhà bán hàng có hơn 10 SKUs trong bộ sản phẩm nhưng không thể chạy quảng cáo

Facebook cấm một số sản phẩm nhất định. Một số sản phẩm có thể có vấn đề về chính sách, ví dụ như các sản phẩm phục vụ nhu cầu tình dục, quảng cáo sai sự thật

Trong danh mục do Shopee chia sẻ, Chọn “Sản phẩm” ở thanh bên trái và chọn “Vi phạm chính sách” trong mục Vấn đề

Các mục được gắn thẻ Sự cố chặn đoán không thể chạy. Nếu bạn tin rằng sản phẩm ổn, hãy gắn cờ lên Facebook tại đây:

<https://www.facebook.com/help/contact/1582364792025146/>

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left, a sidebar menu is visible with the following items: Catalogs, Current Catalog, View All, Manage, Use Cases, Diagnostics, **Products** (highlighted with a red box), Product Sets, Configure, Product Data Sources, Events Data Sources, Settings, and Collapse. Below the menu is a green 'Create Ad' button. The main area displays a list of products with their details:

- [Pampers] Baby Dry Diapers Taped x1 Carton (...)**: SGD96.00, Stock availability: In Stock, Condition: new, Diagnose issues.
- Durex Mutual Climax Condoms 12s [Bundle of...]**: SGD68.70, Stock availability: Out Of Stock, Condition: new, Diagnose issues.
- Enfamil A+ Stage 2 Gentlease Infant Formula...**: SGD61.80, Stock availability: In Stock, Condition: new, Diagnose issues.

Below the product list, there is a search bar and a 'View' dropdown. The bottom section shows the same product listings again. In the bottom right corner, there is a 'Deactivate Delivery' button and a 'View' dropdown.

On the right side of the interface, there is a 'Manufacturer Of' section with a 'Add Products to Catalog' button. Below this, there is a 'SELECT ALL' button and a 'Deactivate Delivery' button. At the bottom right, there is a 'Sort: Default' dropdown and a grid icon.

In the bottom right corner of the interface, there is a 'Manufacturer Official Stock' section with a 'View' dropdown.

In the bottom right corner of the interface, there is a 'Manufacturer Official Stock' section with a 'View' dropdown.



Shopee

Phụ Lục

—

Tóm tắt các lưu ý khi tạo chiến dịch



Mục tiêu chiến dịch

- Doanh số theo danh mục
- Chuyển đổi



Đối tượng mục tiêu

- Facebook & Instagram users yêu thích Shopping
- Những người đã từng tương tác với các sản phẩm của sellers trước đây



Đích đến

Trang sản phẩm của sellers trong ứng dụng & website Shopee

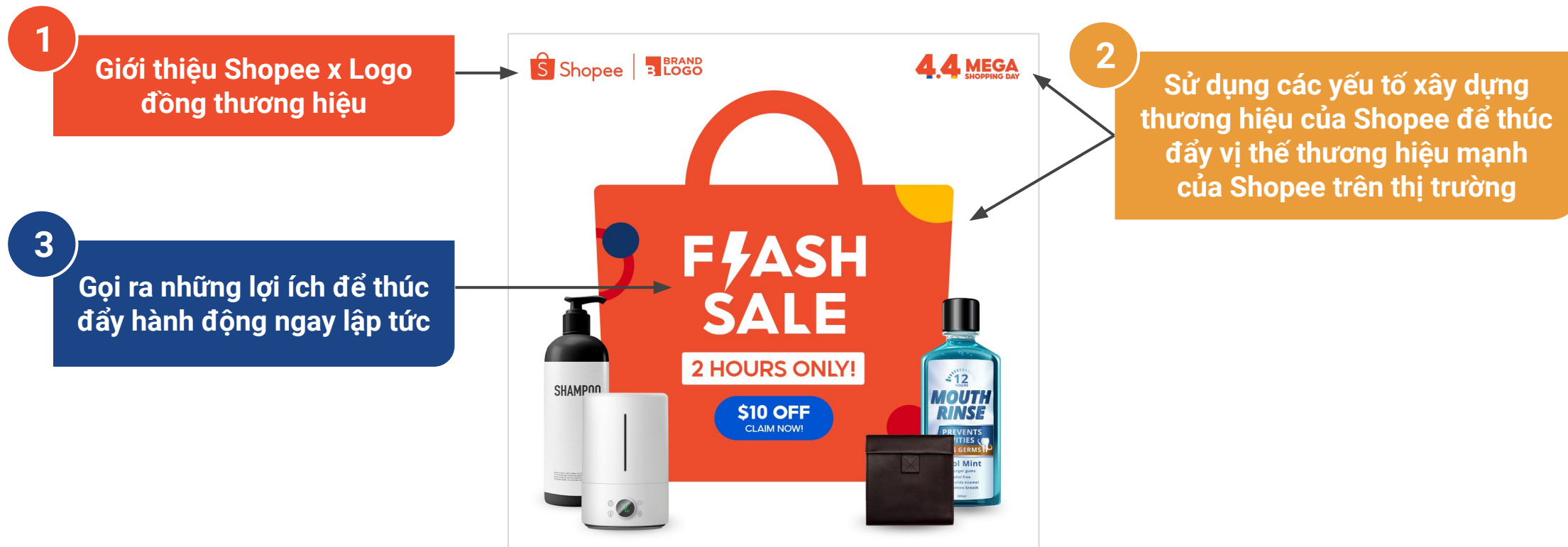


Quảng cáo động

Hình ảnh sản phẩm được cá nhân hóa dựa trên sở thích của người tiêu dùng trực tuyến

Các phương pháp hay nhất về thiết kế sáng tạo của Facebook CPAS

3 phương pháp hay nhất để nâng cao hiệu suất Quảng cáo cộng tác trên Facebook của bạn với Shopee:



Các phương pháp tối ưu quảng cáo Facebook CPAS cùng Shopee

Mục tiêu Chiến dịch	Đề xuất sử dụng mục tiêu "Doanh số theo danh mục"
Ngân sách và Thời gian Chiến dịch	Thời lượng chiến dịch được đề xuất là 3-4 tuần với Ngân sách được đề xuất được đặt ở mức ~ US \$ 40 / ngày Tối ưu: CPO * 100 làm ngân sách hàng tuần hoặc theo ngưỡng tối thiểu của từng thị trường Tránh chiến dịch ngắn (<1 tuần) hoặc ngân sách eo hẹp vì nó tác động tiêu cực đến việc học máy của Facebook
Phân bổ ngân sách	Phân chia ngân sách theo đối tượng: Tìm kiếm khách hàng tiềm năng, Tiếp thị lại, Bán chéo Đề xuất chạy các chiến dịch "luôn bật" và tăng ngân sách bổ sung cho các chương trình khuyến mại từ D14
Nhắm mục tiêu	Chiến dịch tìm kiếm khách hàng tiềm năng: Chọn "Nhắm mục tiêu Rộng" Chiến dịch tiếp thị lại: Chọn "Những người đã xem nội dung / thêm vào giỏ hàng trong 30-180 ngày trước" Chiến dịch bán chéo: Chọn hiển thị danh mục phụ B cho những người mua danh mục phụ A
Tối ưu hóa sự kiện	Tối ưu hóa tín hiệu kênh thấp hơn - Xem Nội dung, Thêm vào giỏ hàng, Mua hàng Khuyến nghị bạn không nên tối ưu hóa cho các nhấp chuột vào liên kết (nhấp chuột có mục đích cao)
Vị trí Quảng cáo	Chọn tham gia Vị trí tự động (Facebook, Instagram, Messenger, Audience Network...)
Đấu thầu	Sử dụng Đặt giá thầu Tự động (Đặt giá thầu Chi phí Thấp nhất)
Cài đặt phân bổ tối ưu hóa	Khuyến nghị chọn "Lượt click trong 7 ngày hoặc lượt xem trong 1 ngày"
Nội dung quảng cáo	Văn bản Quảng cáo: Nhấn mạnh vào Điểm bán sản phẩm (Giảm giá / Giao hàng miễn phí / Hàng có hạn / Cơ hội cuối cùng) & CTA mạnh Nội dung: Áp dụng Quảng cáo đồng thương hiệu Shopee, thêm lớp phủ, ví dụ: Thẻ giá để thu hút sự chú ý, Tuân thủ quy tắc 20% văn bản hình ảnh của Facebook để tối đa hóa phạm vi tiếp cận

Strictly For Internal, Not Externally Shareable.