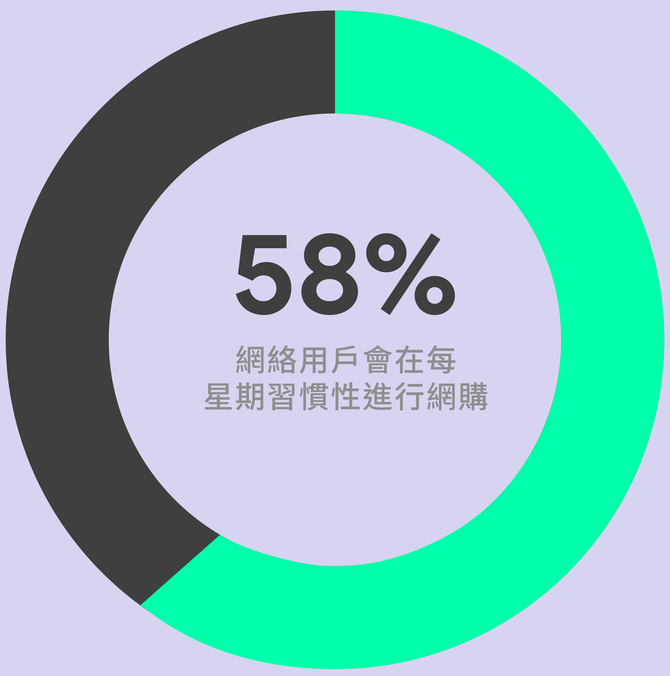
# 簡介

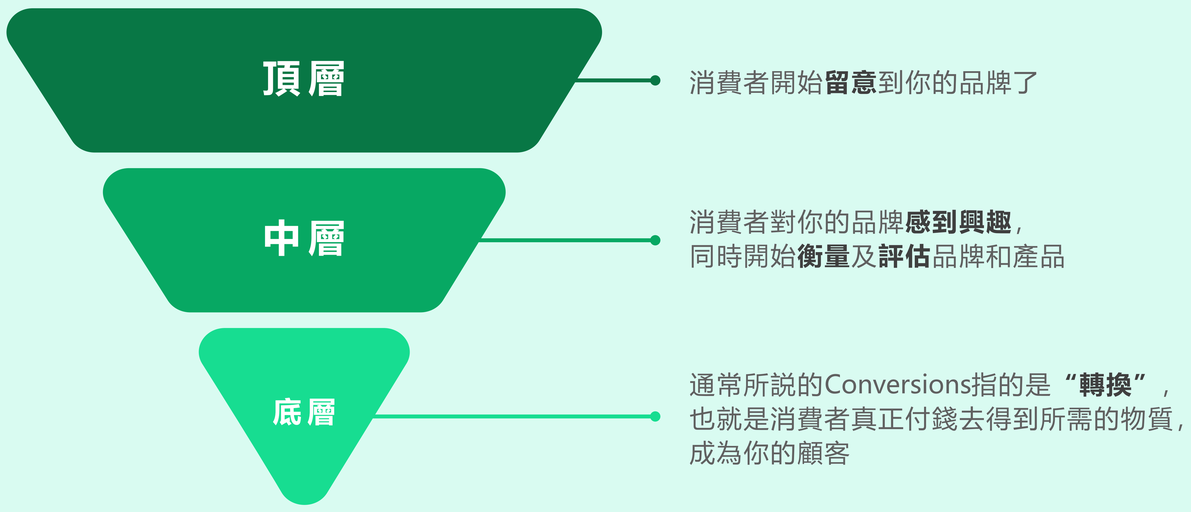
## Google Ads在增加銷售和收入的重要性

Google Ads是提升電子商務銷售和收入的重要工具。研究顯示***58%的網絡用戶會在每星期習慣***性進行網購，其數據足以證明了利用精準的關鍵字來提高ROAS（廣告開支回報率）的重要性和潛力。




## 行銷人必有行銷漏斗 (Marketing Funnel)思維

Funnel包含3個階段，最闊的***頂層***（Top funnel）、***中層***（Middle funel）及***底層***（Bottom funnel）。採用行銷漏斗思維有助於廣告商更准確地描繪客戶旅程，并根據每個階段提供量身訂製訊息。Google Ads提供了針對Funnel的各個階段量身訂製的不同廣告系列類型。Display**廣告和**Video廣告能***提高認知度和推動參與度***，而Search、Shopping、Discovery和 Performance Max廣告則有助於***提高轉換率和達到最高成效。***




## 本文的目的

- 有助於廣告商更深入地***了解消費者旅程及消費行為***，從而選擇最合適***的Google廣告策略來提高營銷收入***
- 更***了解及準確***地分析每種***廣告系列***對於不同階段的***Marketing funnel***的營銷成效

# 優化建議

## Display 廣告

-排除***游戲***和***漫畫***網站

-排除***手機應用程式類別***以避免收穫低質流量

## Search 和 Shopping 廣告

-定時***查看關鍵字***的表現

-***排除不相關***或***顯示購買意欲低***的搜索查詢

-根據***節日或季節性相關的促銷活動信息***來定期***更新廣告文案***和***著陸頁***

## Discovery 廣告

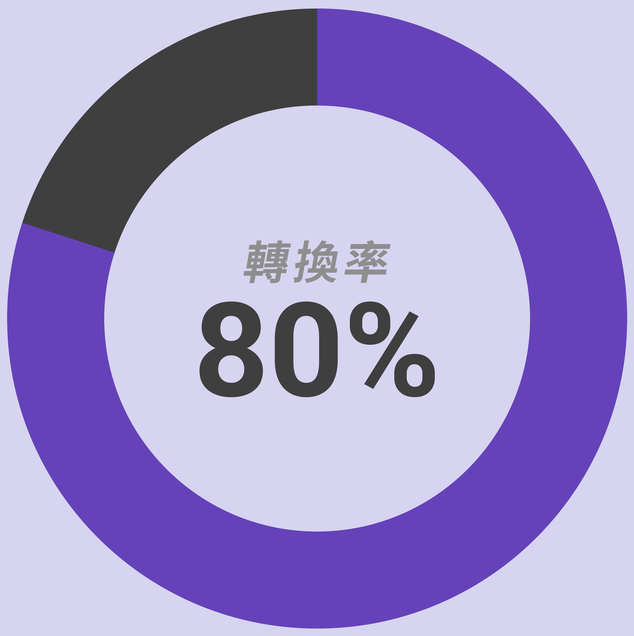
-更新目標受眾並啟用***優化廣告定位功能***（Optimized Targeting），讓Google擴大目標受眾覆蓋範圍並尋找相關的新目標受眾

-定期***更新不同促銷活動和新產品的廣告素材和文案***，為廣告增加新鮮感的同時也有助於提高整體點擊率

# 案例研究

## Display / Video 廣告系列

***當Search、Shopping、Discovery及Performance Max***廣告系列同時與***Display***及***Video***廣告系列投放時，轉換率增加了80%。



# Google Ads

**主要目的:**
透過Upper Funnel建立需求
及Lower Funnel捕捉需求以達到
最大化電子銷售效果
(主要指標:電子銷售和ROAS)

## 頂層 (Upper Funnel)
預算: 30%

### Video 廣告

**目標:** 品牌意識和觸及率
(以較低的目標每千次展示成本
獲得更多展示次數)

**廣告格式:**
可略過式插播廣告, 不可略過式
插播廣告, 間場廣告

**競價策略:**
**Target CPM**
(目標每千次展示成本)

**目標客群**
**Prospecting:** 相似興趣客群, 潛在客群
& 自訂客群
**Remarketing:** 網站或應用程式的用戶,
YouTube觀看用戶 & 中途放棄購物者

### Display 廣告

**目標:** 產品和品牌考慮
- 透過更吸引的視覺廣告元素組合
  提高產品和服務的知名度
- 利用觀眾分群找到新客戶或與
  現有可過戶互動

**競價策略:**
Maximize Conversion Value
(爭取最高轉換價值競價)

## 底層 (Bottom Funnel)
預算: 50%

### Search 廣告

**目標:** 銷售
- 針對積極搜尋你特定
  產品和服務的目標群眾

- 獲取更多高質量點擊

### Shopping 廣告

**目標:** 銷售
- 透過GMC產品目錄
  展示產品

**廣告需求:**
GMC Product Feed

### Discovery 廣告 (With Product Feed)

**目標:** 銷售
- 在YouTube、Discover
  和Gmail上展示廣告

- 透過GMC產品目錄以
  增加銷售量

**競價策略:**
Maximize Conversions
(爭取最多轉換)

### Performance Max 廣告

**目標:** 銷售
- 利用機器學習自動
  出價並進行優化

- 採用多樣化的廣告
  系列最大化成效
  (Search, Shopping,
  Display, Discovery,
  Gmail)

**競價策略:**
Maximize
Conversion Value
(爭取最高轉換價值競價)

**競價策略**
第一階段:**Maximize Clicks**
第二階段:**Maximize**
**Conversion Value**
**(Target ROAS)**

**目標客群**
**Prospecting:** 相似興趣客群, 潛在客群
& 自訂客群
**Remarketing:** 網站或應用程式的用戶,
YouTube觀看用戶 & 中途放棄購物者