

广告推广

卖家指南

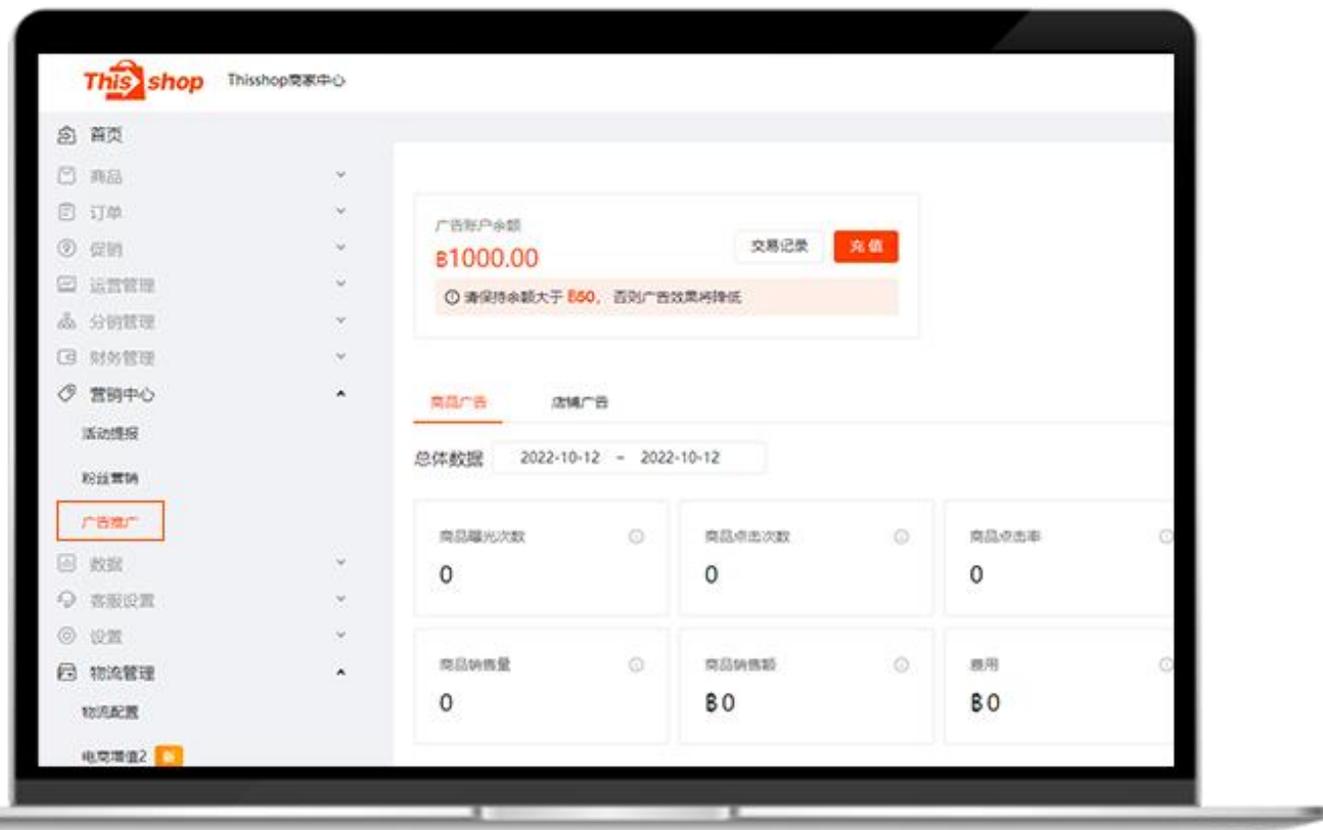
类型	内容
广告介绍	1. 什么是广告推广?
广告类型	2. 关键词广告及投放技巧
	3. 商品推荐广告展示
	4. 店铺推荐广告展示
	2) 如何设置广告计划?
广告设置教程	3) 广告如何进行计费?
广告计费规则	4) 如何充值广告金?
广告充值方式	5) 扣分细则说明
店铺扣分对广告的影响	6) 双十一活动推广
相关广告介绍	7) 规划事宜
未来规划	

1. 什么是广告推广



1.什么是广告推广?

what is advertising



- 通过广告推广，您可以在 **Thisshop** 应用内投放广告，以增加商品和商店的曝光率，提升销售额。
- 使用后将您的商品推送到最前面提高曝光率展示给高消费欲及最具潜力的买家
- 商家拥有更多自主权获取流量，自主掌控ROI，针对爆款、新品或清仓商品都可带来持续的曝光和转化。

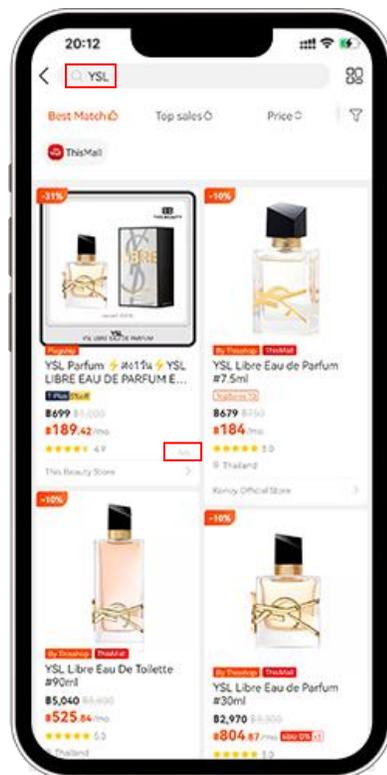
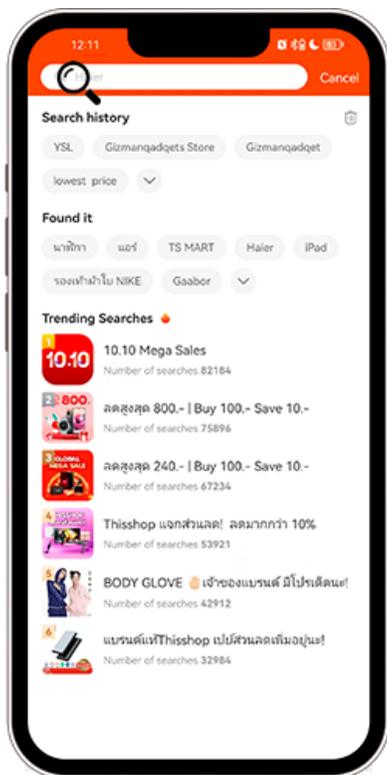
★ Thisshop 针对平台所有卖家在首次使用广告推广时，都将免费获得1,000泰铢广告金进行试用。

2. 广告类型展示

2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

1) 关键词广告：为关键字出价，当买家搜索您出价的关键词时，广告会展示在搜索结果页上，以提高商品曝光率



01 根据广告表现付费
只有点击才会收费

02 提升商品曝光率 让商品
出现在搜索结果页的顶部

03 触达到更多买家 精准定
位搜索该关键词买家

展示位： 买家搜索
您所置的关键词

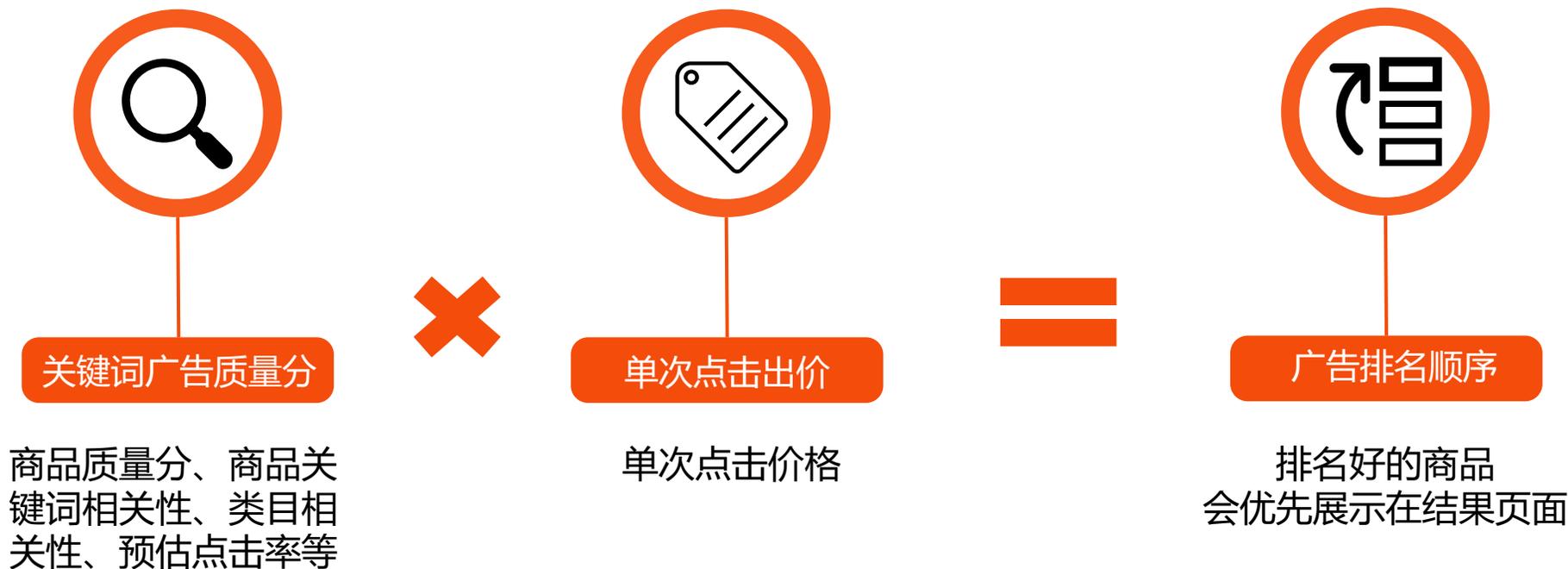
展示位： 广告商品会优先显示
在商品列表内，优先得到曝光

2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

- 2) 关键词广告规则介绍-商品排名：当有其他买家也购买相同关键字时，多个广告将会和您的商品出现在相同的结果页面。
- 3) 广告排名顺序会根据关键字质量评分和设定的单次点击价格排序。

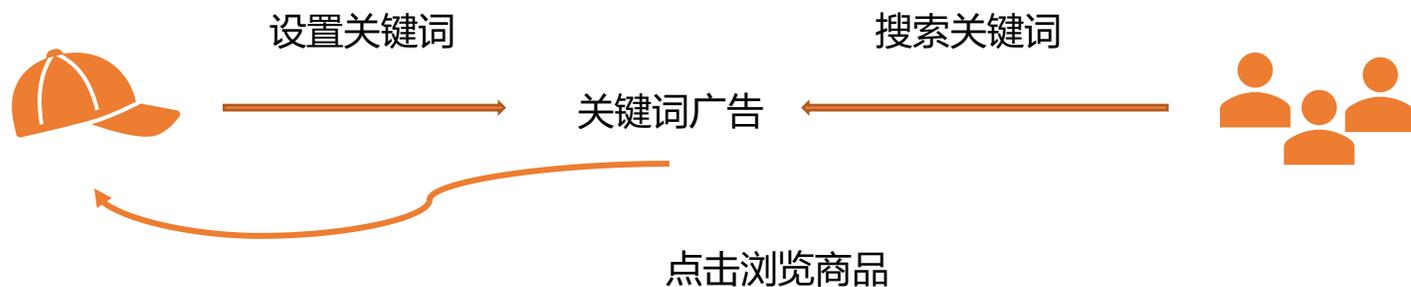
广告排名顺序会受以下因素影响：



2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

4) 为什么要设置关键词广告?



关键词广告带来的效果:

-  促成购买
-  吸引访客进店
-  增加关注度
-  利用广告带来更多自然出单
-  帮助商品测图、测款
-   为全店流量、销量带来持续性增长

注:

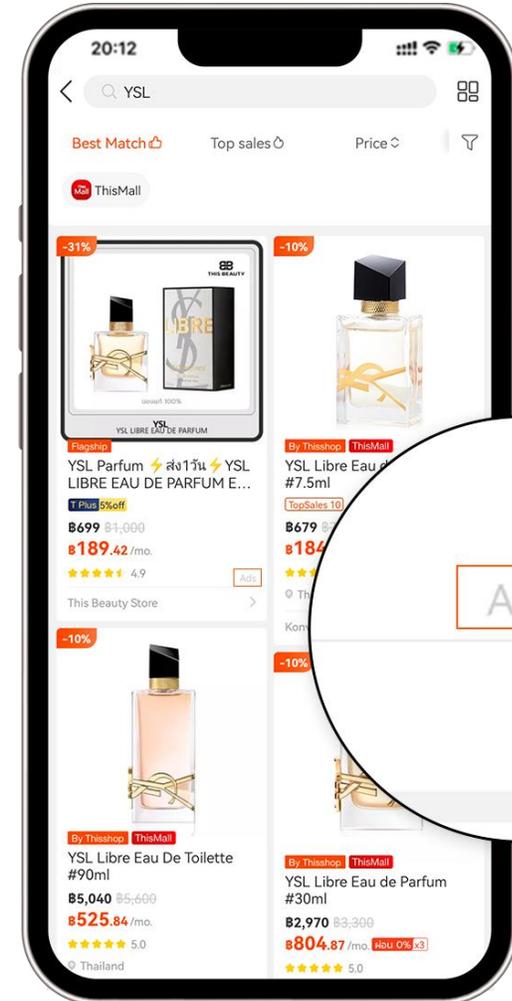
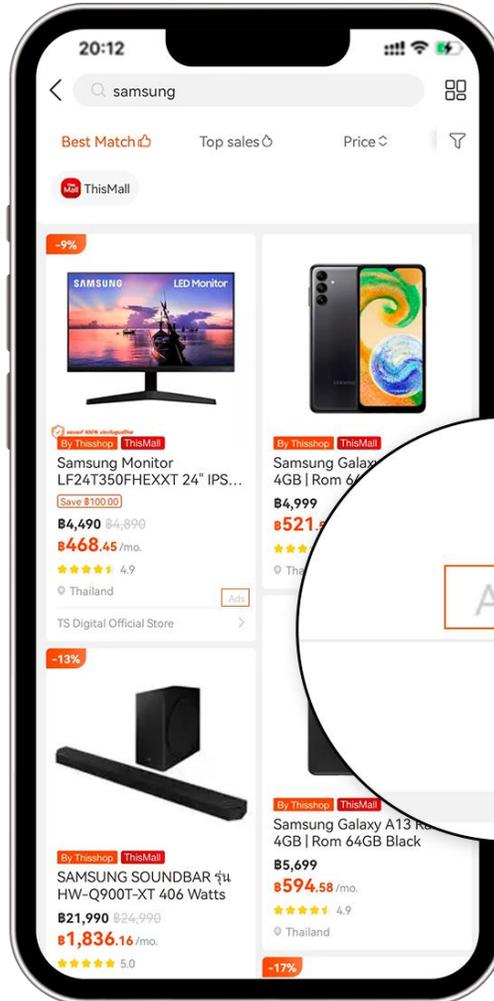
- 1.高潜力高流量转化主要来源: 建议主投商品搜索广告;
- 2.关键词设定要遵循买家搜索习惯, 语言本地化;
- 3.广告带来效果除了单量和ROI之外, 还有很多其他隐形福利。



2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

5) 关键词展示效果





2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

6) 关键词广告使用技巧： - 如何选取关键词和设置价格

1. 找到适合的关键词：

- Thisshop后台根据商品标题推荐；
- 可参考平台公众号月报汇总最热门搜索关键词以及流行趋势变化；
- 自行根据品牌和用途设置强相关性关键词；

2. 如何设置合适的价格：

- Thisshop后台根据所设关键词推荐点击价格；
- 根据商品利润的百分比设置；
- 调整价格，搜索前台实际排名，
根据商品定位选择位置进行精准的价格投放；

3. 根据曝光目的选择合适的策略：

- 了解该店铺目前的流量情况，选择合适商品进行曝光；
- 根据曝光目的设置合适的关键词和点击价格。



PART 2

9月热搜词

热搜词TOP10			飙升词TOP10		
序号	热搜词	中文	序号	热搜词	中文
1	นาฬิกา	钟表	1	ลิ้นชักใส่ของ	抽屉柜
2	ตู้เย็น	冰箱	2	กางเกงผู้หญิง	女式裤子
3	รองเท้าผ้าใบ	帆布鞋	3	รองเท้าสตั๊ด	铆钉鞋
4	กระเป๋า	包	4	เครื่องเสียงรถยนต์	汽车音响
5	หูฟัง BLUETOOTH	蓝牙耳机	5	จูปี้ค	魔方
6	เครื่องซักผ้า	洗衣机	6	เคสโทรศัพท์	手机壳
7	TOPPER	床垫套	7	เก้าอี้โซฟา	沙发椅
8	น้ำหอม	香水	8	ชุดเซท	套装
9	TV	电视机	9	HAIER	海尔
10	CAMERA	相机	10	นาฬิกาผู้หญิง	女士手表



2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

7) 关键词广告使用技巧:

1. 用不同的商品类型进行试验, 分析潜在客户或市场趋势, 了解哪种类型的照片/内容会更能吸引流量:

- 最热销商品: 店铺热卖品, 平台热卖品, 当地市场新流行商品;
- 高利润商品: 选择有销量的高利润是商品, 更容易达到高的ROI;
- 低价引流商品: 吸引流量到店铺, 带动其他商品的销量; (需注意: 单品ROI可能很低)
- 选择详细明确的商品标题、照片和描述的商品。



2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

8) 关键词广告使用技巧：选品

2. 所选商品满足以下要求：

- 商品主图和标题描述清晰，更本地化的语言，描述详细且，标明尺码和材质等；
- 对于低价引流商品，主图、标题或描述里最好有明确的店铺指向性，价格最好低于补贴要求的门槛以此吸引凑单。



商品带有不相关水印



商品图片带有中文字样



2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

9) 关键词广告使用技巧: - 如何选取关键词和设置价格

目的	词汇选用	定量投放	建议	逐步优化
提高单品在付费广告里的回报率(ROI)	精准词, 尝试高搜索大词	20个开始, 逐渐根据CR 表现减少词数, 最终稳定 在10个左右	从低开始设置, 逐渐调高, 以达到最高ROI	优化商品以提高CTR和CR比较易达到高ROI
测试新款商品/图片/标题	精准词	10-20个	因为精准所以不需太高, 但要保证流量, 最好在搜索首页	选词时候选一些本身搜索量高的词比较快能看到效果
提高商品点击率, 优化产品在付费广告里的表现	精准词+长尾词	5个开始, 逐渐稳定到10- 15个	因为点击率高, 建议价格, 从高到低设置, 逐渐降低 观察流量	尽量选高点击率(CTR)的 比较精准的词, 主图一定要精细优化



2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

- 10) 关键词广告规则介绍-广告收费：当卖家设置商品的关键字时，可以设置该关键字的单次点击价格(Bid price)，并且可以同时设置该关键词的预算上限。当消费达到上限时，该关键字将自动暂停参与关键词广告。
设置出价高于预算，预算有可能超出设置范围。 设置出价高于账户余额将会设置失败。

优化关键词CPC主要为以下2点：



如何优化关键词的CPC



1. 提升商品质量分: 通过优化商品标题，图片及详情页提高点击率，并通过调整关键词，提高商品与关键词的相关性；
2. 定期监控前端排名: 根据前端排名优化关键词，调整单次点击价格。



2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

11) 关键词广告使用技巧: ROI优化技巧

ROI=销售额/广告花费

ROI投放技巧:

根据**点击量是否充足**

按3天积累30个点击为基础

1 点击量不足

2 点击量足

3 点击率足



转化ROI是否高于预期

ROI=1/毛利率 (前期可适当降低广告预期)

适当提价10%-20%,持续观察流量情况

没转化/转化低于预期: 关键词及关联广告优化商品, 管理中差评等; 或逐渐降低出价减少花费; 若仍未出单, 可暂停广告;

ROI高于及符合预期: 需要获得更靠前的位置, 就可以提高预算, 提价, 持续加商品/关键词投放



2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

12) 关键词广告使用技巧：- 如何选取关键词和设置价格

CTR点击率 = 点击数 / 浏览数 * 100%

CTR点击率主要从以下几点进行优化：

- 商品主图清晰，功能一目了然，如：服装最好有上身效果；
- 商品标题包含相关性关键词，品牌状况等写明确，还可以针对性地加入一些可爱的表情符号；
- 比价：确定商品价格是否有竞争力，最好有打折标签吸引买家眼球；
- 设置关注点赞好评有礼等方式提高商品的点赞数和评价；
- 查看Thisshop及各大竞品相似热卖品，进而优化该商品。



2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

13) 关键词广告使用技巧：
如何进行商品优化

$$CR = \text{订单数} / \text{点击数} * 100\%$$

如何优化CR转化率优化:

- 商品描述详细，语言精准;
- 商品库存精准且充足;
- 选项清晰明确;
- 图片清晰全面;
- 好的店铺装饰和明确的店内分类;



清晰的图片



使用本地语言且精准的商品名称



完整全面的商品描述



有折扣吸引



商品图片不突出



商品名称过于宽泛



商品描述不完整：如未描述茶的具体种类等



没有折扣吸引买家点击



图片有水印



2.1 广告类型 - 关键词广告

Ad Type - Keyword Ads

14) 关键词广告使用技巧: -如何进行关键字和价格优化



学会看数据报表:

- 关注关键词点击率(CTR)和转化率(CR), 进行调整。
- 根据商品利润调整价格, 达到最优CPO(cost per order)和ROI(return on investment)。
- 选择时间范围来进行每周/月比对, 了解规律, 进行调整。



定期更新关键词:

- 平台月报汇总搜索最热门关键词及流行趋势变化, 可根据建议做调整;
- 定期在前端搜索同类商品, 根据热卖品来优化自己商品的关键词。



根据曝光目的更新优化方式:

- 低价引流商品, 不过多关注单品ROI, 关注流量和单量的变化, 对关键词和价格调整;
- 对于着重单品ROI的商品, 密切关注CTR和CR的变化, 每周对商品进行优化;
- 对于甩货/冲销量的商品, 在CPO允许的情况下, 尽量增加曝光, 提升销量。



2.1 广告类型- 关键词广告排序规则

Ad Type - Keyword Ad Sorting Rules

广告质量分：

15) 单次点击价格 (cost-per-click bid price) 是指您愿意为相关关键字的每次点击支付的最高金额。

1. 出价越高，广告排名权重越高；

2. 实际收取的价格会低于您的出价，因为系统会按照**广义第二价格GSP (Generalized Second Price)** 进行计算。

2. 广告质量分 (quality score) 由以下因素决定：

1) 关键字和商品的相关程度、商品质量分、类目相关性及预估点击率；

2) 您的广告点击率 (CTR)：

a. 点击率是买家看到广告后点击次数的百分比 (点击率 = 广告被点击的次数 / 广告被看到的次数) ；

b. 图片吸引、标题相关以及评分良好的商品，其广告会有更高的点击率。

卖家	单次点击出价	广告质量分	排名得分	广告排名
A卖家	¥2	10	20	#1
B卖家	¥10	1	10	#2



2.1 广告类型-关键词广告优质案例1：投放时间周期：1个月

Advertising Type - Keyword Advertising Quality Case 1: Delivery time period: 1 month

16) 商家情况: **流量200%增长**

- 起步阶段销量少关注度少
- 活动资源稀缺
- 无广告运营经验



2022年

加入平台时间



86800

销售额



2100

广告曝光



86

投入产出比



1009

广告消耗

16) 商家情况: **销售额100%增长**

- 类目客单价高
- 活动资源稀缺
- 店铺商品少



2022年

加入平台时间



70100

销售额



3200

广告曝光



62

投入产出比



1130

广告消耗

2.2 广告类型 - 商品推荐广告

Ad Type - Product Recommendation Ad

好处： 将商品展示在以下高流量推荐位，
根据买家偏好吸引更多有强力购物欲望的
买家低成本高回报

适用于： 商品价格和评价领先于同类商品

展示位1：

与您商品相似或者互补商品的各资源位下做相似商品推荐展示，当买家浏览**许愿树任务**时，您的广告会展示在这里。



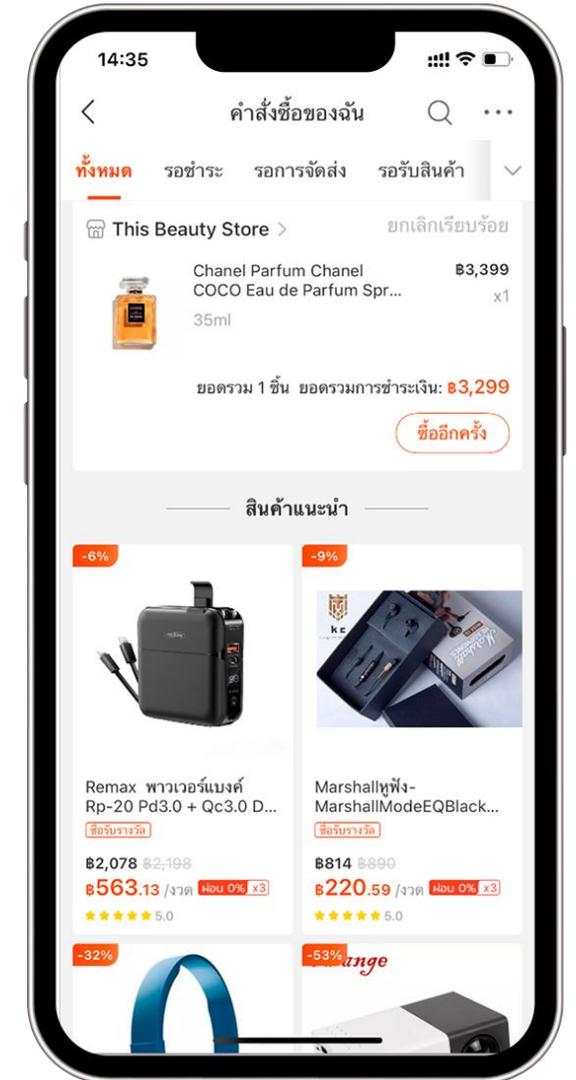
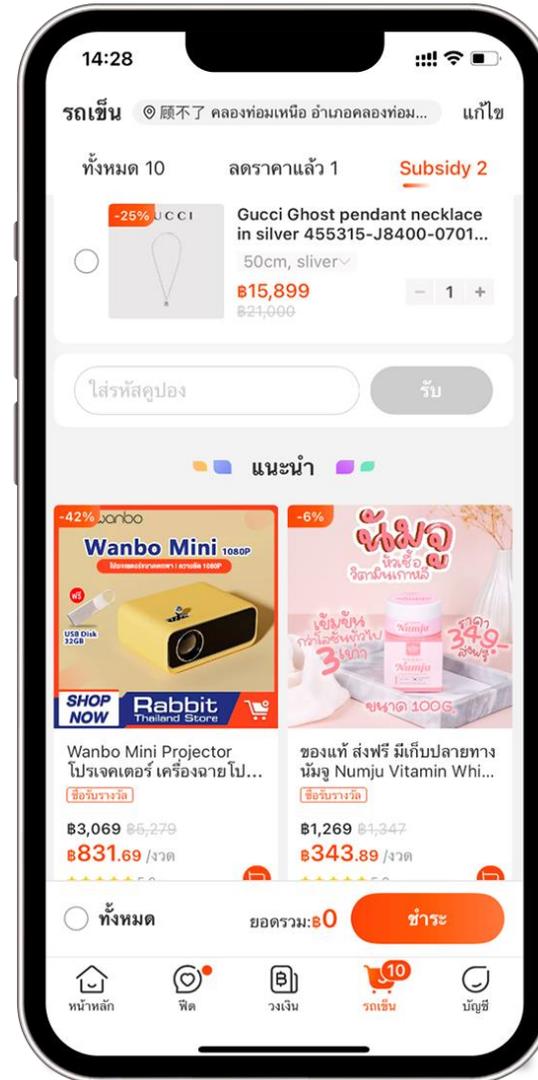
2.2 广告类型 - 商品推荐广告

Ad Type - Product Recommendation Ad

展示位2&3:

与您商品相似或者互补商品的各资源位下
做相似商品推荐展示,

当买家浏览购物车或订单确认页时,
您的广告会展示在这里。





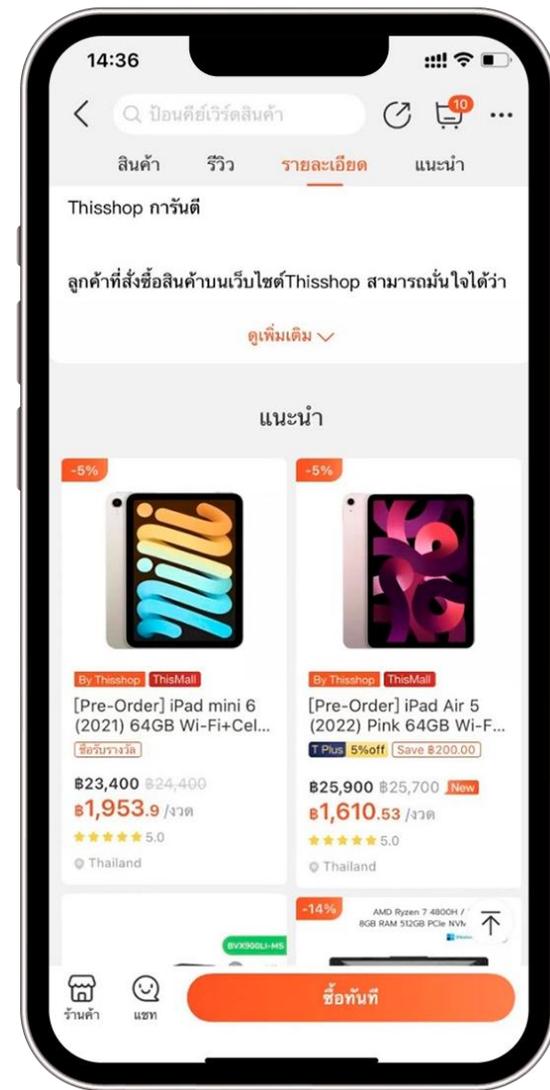
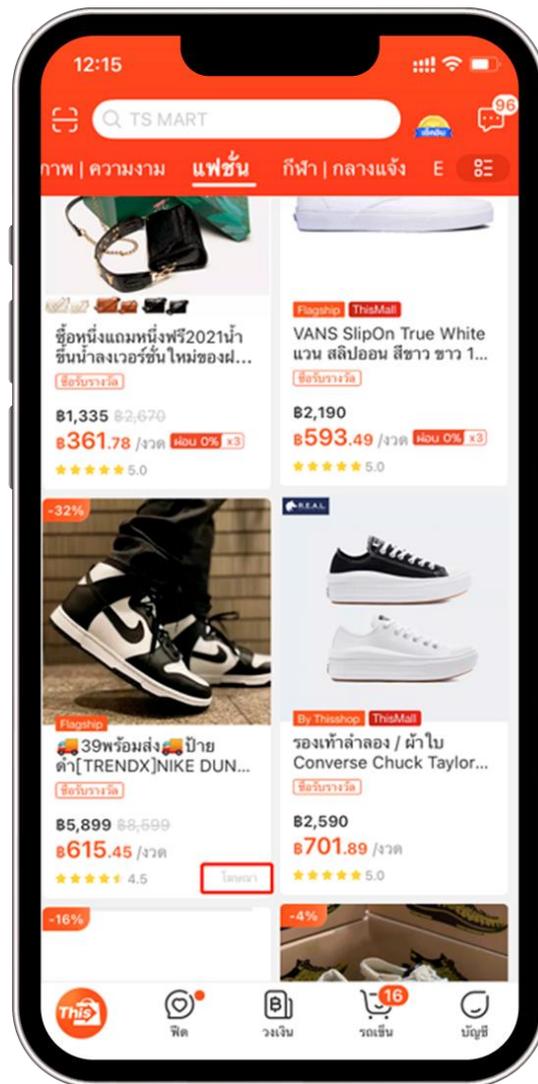
2.2 广告类型 - 商品推荐广告

Ad Type - Product Recommendation Ad

展示位4&5:

与您商品相似或者互补商品的各资源位下做相似商品推荐展示,

当买家浏览**一级类目页**或**商品详情页**时, 您的广告会展示在这里。

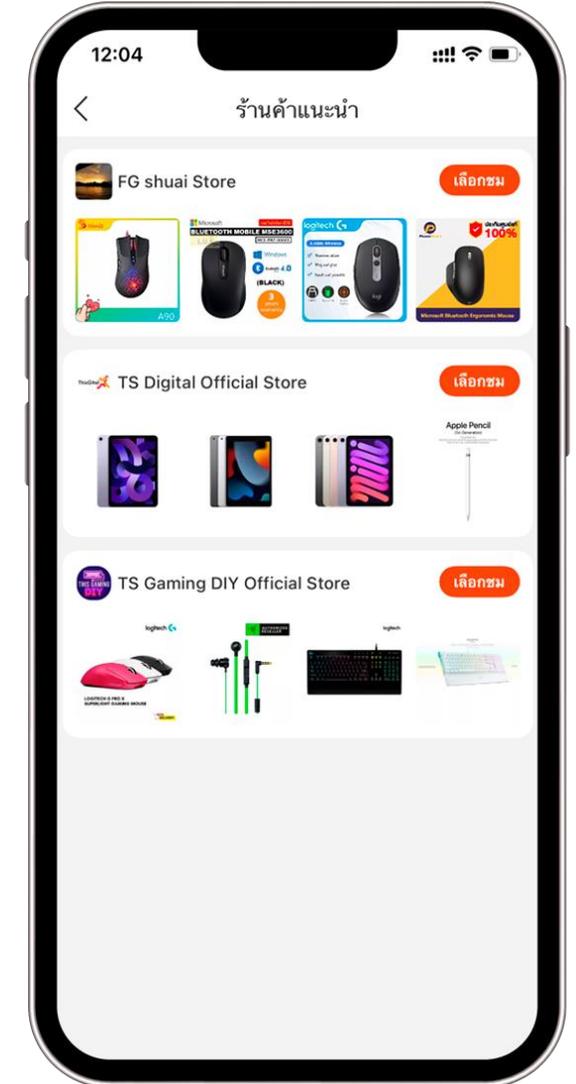
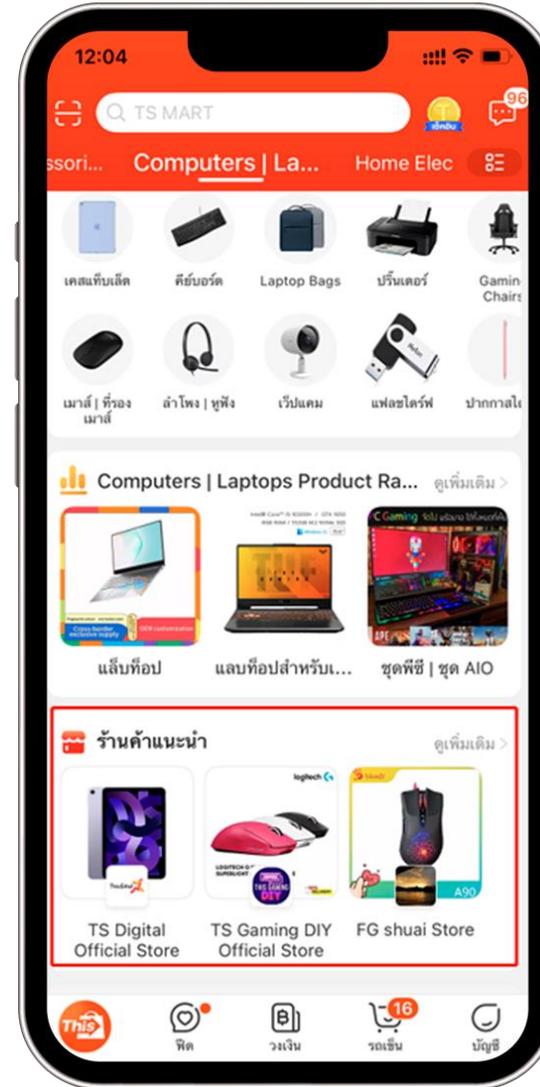


2.2 广告类型 - 店铺推荐广告

Ad Type - Store Recommended Ads

展示位1&2:

为您做店铺推荐，当买家浏览一级类目页及许愿树浏览店铺任务时，您的广告会展示在这里。





为什么要设定商品及店铺推荐广告

Why set up product and store recommendation ads



根据买家偏好进行推荐，提升曝光

1、增强品牌意识

在各大高流量资源位展示您的商品，促使买家发现您的店铺，在买家还没有明确购买意愿的时候在他们脑中加深对您商品、店铺、品牌的印象。

2、增加销售

吸引相关的买家到您的店铺页面，给您的商品带来更多曝光、点击和出单。

3、控制花费

设定您所偏好的预算以及单次点击出价来控制广告花费的多寡。建议您尽早开始布局商店广告，因为目前一个关键词仅展现一条商店广告，且质量分的积累有利于您用更低的价格守住自己在该词下的展现。

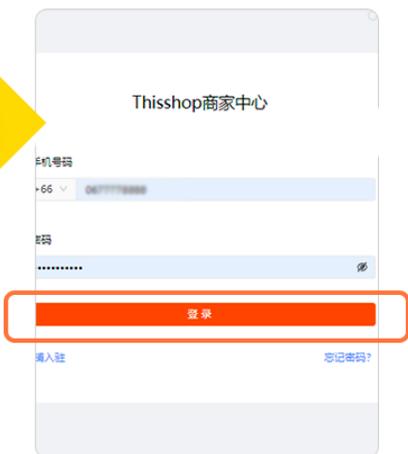
3. 设定广告计划

1) 设定商品搜索广告：（为您的商品设定关键字并出价以显示在搜索结果）

Set up Product Search Ads: (Set keywords and bids for your products to appear in search results)

01

登录卖家中心



02

点击广告推广



03

选择商品广告



04

新建广告计划



1) 设定商品搜索广告: To set up Product Search Ads:

05

填入计划名称

* 计划名称:

商品广告类型: 搜索广告 推荐广告

* 预算: 无限制 设置预算限额

* 持续时间: 无限制 设置开始/结束

06

选择广告类型为商品推荐广告

* 计划名称:

商品广告类型: 搜索广告 推荐广告

* 预算: 无限制 设置预算限额

* 持续时间: 无限制 设置开始/结束时间

07

设置预算限额

计划名称:

商品广告类型: 搜索广告 推荐广告

* 预算: 无限制 设置预算限额

* 持续时间: 无限制 设置开始/结束时间

08

设置开始/结束时间

* 计划名称:

* 商品广告类型: 搜索广告 推荐广告

* 预算: 无限制 设置预算限额

* 持续时间: 无限制 设置开始/结束

09

选择新增商品

选择商品

+ 新增商品(0/50)

商品



1) 设定商品搜索广告:

To set up Product Search Ads:

10

填入商品明细

新增商品

商品类目

商品名称

商品品牌

SPU ID

11

点击确认

10 条/页 页

12

点击保存

最近30天销量

13

新增关键词

已选择1个商品, 请为1个商品设置关

Handmade Artificial Rose...
请设置关键词

关键词



1) 设定商品搜索广告:

To set up Product Search Ads:

14

新增关键词

关键词	相关性	搜索量
ceramic	<input type="range"/>	23
silk	<input type="range"/>	88
bouquet	<input type="range"/>	0

15

点击确认

16

发布广告



2) 设定商品推荐广告:

Set up product recommendation ads

01

登录卖家中心



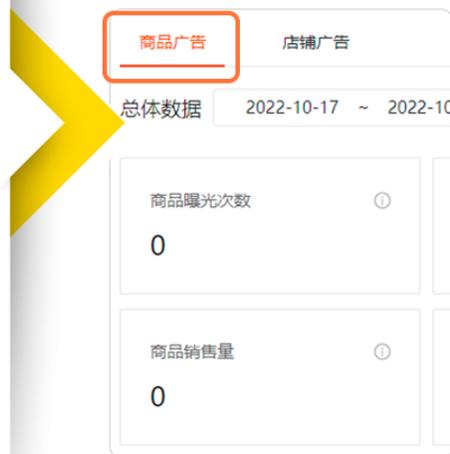
02

点击广告推广



03

选择商品广告



04

新建广告计划





2) 设定商品推荐广告:

Set up product recommendation ads

05

填入计划名称

06

选择广告类型为商品推荐广告

07

设置预算限额

08

设置开始/结束时间

09

选择新增商品



2) 设定商品推荐广告:

Set up product recommendation ads

11

点击确认



12

发布广告





3) 设定店铺推荐广告:

Set up shop recommendation ads

01

登录卖家中心



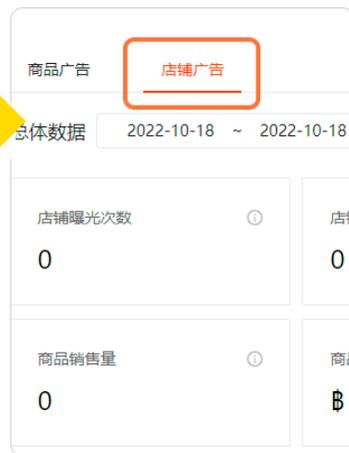
02

点击广告推广



03

选择店铺广告



04

一键开启店铺广告推荐





3) 设定店铺推荐广告:

Set up shop recommendation ads

05

设置预算限额

价格: B2/点击 (同一用户同一天多次点击仅按一次)

* 预算: 无限制 设置预算限额

* 持续时间: 无限制 设置开始/结束时间

06

设置开始/结束时间

价格: B2/点击 (同一用户同一天多次点击仅按一次)

* 预算: 无限制 设置预算限额

* 持续时间: 无限制 设置开始/结束时间

07

发布广告

4.广告计费规则



广告计费规则:

Advertising Billing Rules

1、搜索商品广告扣费规则:

因素: 单次点击出价、广告质量分、排名在下一位的出价与广告质量分、★(最终扣费永远低于卖家出价)
单次点击扣费 = (下一名广告出价 * 下一名广告质量分) / 当前广告质量分 + 0.1泰铢

	单次点击出价	广告质量分	排名得分	广告排名	实际扣费
A卖家	฿2	10	20	1	?
B卖家	฿10	1	10	2	0.1

2、推荐广告:

- (1) 商品推荐广告: 1泰铢/点击
- (2) 店铺推荐广告: 2泰铢/点击

注: 曝光阶段不收费, 单次点击按有效点击收费, 按照24小时内一个买家或id设备的第一次点击收费。

5.广告金充值



广告金充值流程:

Advertising money recharge process

- 1、交易记录可查看商家历史累计交易明细;
- 2、充值: 为广告金充值入口, 商家充值完广告金即可开始新建广告计划;

01

广告金充值入口

02

输入充值金额

03

可选支付方式 为待结算账单收入 其他支付方式

04

充值



广告金充值流程:

Advertising money recharge process

可支持的结算渠道有:

其他支付方式



จำนวนเงิน

การป้องกันการชำระเงินของThisshop



Prompt Pay



Alipay



Debit/Credit Card



Internet banking

วิธีการชำระเงินนี้ต้องเป็นบัตรที่เปิดใช้งานธนาคารออนไลน์ [?](#)



K PLUS



Siam Commercial Bank



Krung Thai Bank



Bank of Ayutthaya



Bangkok Bank



United Overseas Bank



TMB Bank



SCB EASY



Other Banks

6. 店铺扣分对广告的影响



店铺扣分对广告的影响:

The impact of store deductions on advertising:

广告投放配合店铺扣分说明:

1. 店铺扣分X对应广告投放限制:

$3 \leq X < 6$, 不对广告投放做任何限制;

$6 \leq X < 9$, 禁止投放广告30天;

$9 \leq X < 12$, 禁止投放广告30天;

2. 禁止投放广告如何限制:

当店铺处于禁止投放广告处罚期时, 店铺在商家端不可新增广告、不可开启广告、不可编辑广告, 不可新增广告内的商品和关键词, 商城后台通知广告后台, 广告后台停止当前处于处罚期店铺下面的所有商品广告和店铺广告。

7.充值活动

Thisshop 双十一广告激励活动

活动介绍:

活动时间: 2022.09.20 - 2022.10.31

为帮助所有新老商家实现搜索及推荐曝光量和点击率的双提升, 在双十一大促来临之际带来一波流量提升, 9月20日广告上线充值奖励活动。活动期间, 所有商家使用待支付账单及其他支付渠道进行广告充值且活动期间充值累计达任意档位要求, 则可获得对应档位奖励, 奖励以广告金的形式于2022年11月4日前发放至广告账户中。(例如累计充值5000¥, 则仅获得奖励1000¥)。

广告商家充值奖励		
充值档位	充值金额档位 (¥)	奖励金额 (¥)
第一档	1000-1999	120
第二档	2000-2999	300
第三档	3000-4999	600
第四档	5000-7999	1,000
第五档	8000-9999	1,600
第六档	10000+	2,500

奖励发放规则:

系统会于11月1日进行结算, 于2022年11月4日前将广告奖励金发放至您的广告账户, 直接体现在您的广告账户余额中; 返点金额以活动期间内累计充值广告金额进行结算。

8.未来规划



广告未来规划:

Advertising money recharge process

1

丰富更多广告形式

2

提升广告逻辑分发效率

3

拓展更多站内外资源位为商品带来更多曝光

感谢