

升级到效果最大化广告 提升电商广告效果




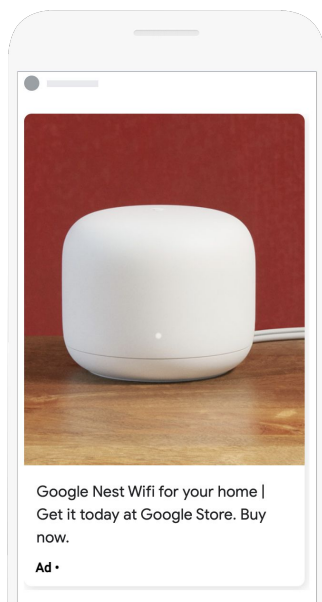
What is Performance Max?

Performance Max is a new campaign type now open to retailers who use the Google Merchant Center product feed. Build on the success of your Smart Shopping campaigns with Performance Max to further expand your reach with **new inventory**. It allows automation to target your **business goals** above all else - this is crucial in order to maximize performance from Google Ads!




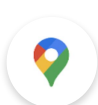


据统计，广告主将智能购物升级到效果最大化广告可以(GMC Feed) **平均提升12%的转化价值**，并保持广告支出回报率(ROAS)在相似或更低水平

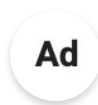


 Throughout 2022, advertisers will be upgrading their Shopping campaigns to Performance Max. Upgrade now to get the most of **additional inventory sources, formats, and bidding**.





新流量版位

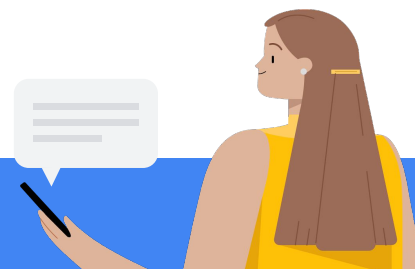
-  Dynamic Search Ads
-  Discovery ads
-  YouTube In-Stream ads
-  Maps (w/ Store visit bidding)

新广告样式

-  Ad Text ads
-  YouTube In-Stream ads
-  Map pins

新竞价方式和控制选项

-  Maximize conversions (w/ optional CPA)
-  Audience signals



SSC升级PMax常见问题

“ 哪些广告主可以将现有智能购物广告升级到效果最大化广告？

 预热阶段	 手动升级	 自动升级
Q1(1-3月)	Q2(4-6月)	Q3(7-9月)
以下情况暂不支持升级，其余所有广告主均可升级： <ul style="list-style-type: none"> 使用新客获取功能(NCA)的智能购物广告 使用 SA360 竞价 使用第三方API竞价 使用“零门槛”智能购物广告(例如，没有转化设置或再营销列表) 	以下情况暂不支持升级，其余所有广告主均可升级： <ul style="list-style-type: none"> 使用 SA360 竞价 使用第三方API竞价 使用“零门槛”智能购物广告 	适用所有广告主

“ 广告主应该什么时候将智能购物广告升级到效果最大化广告？

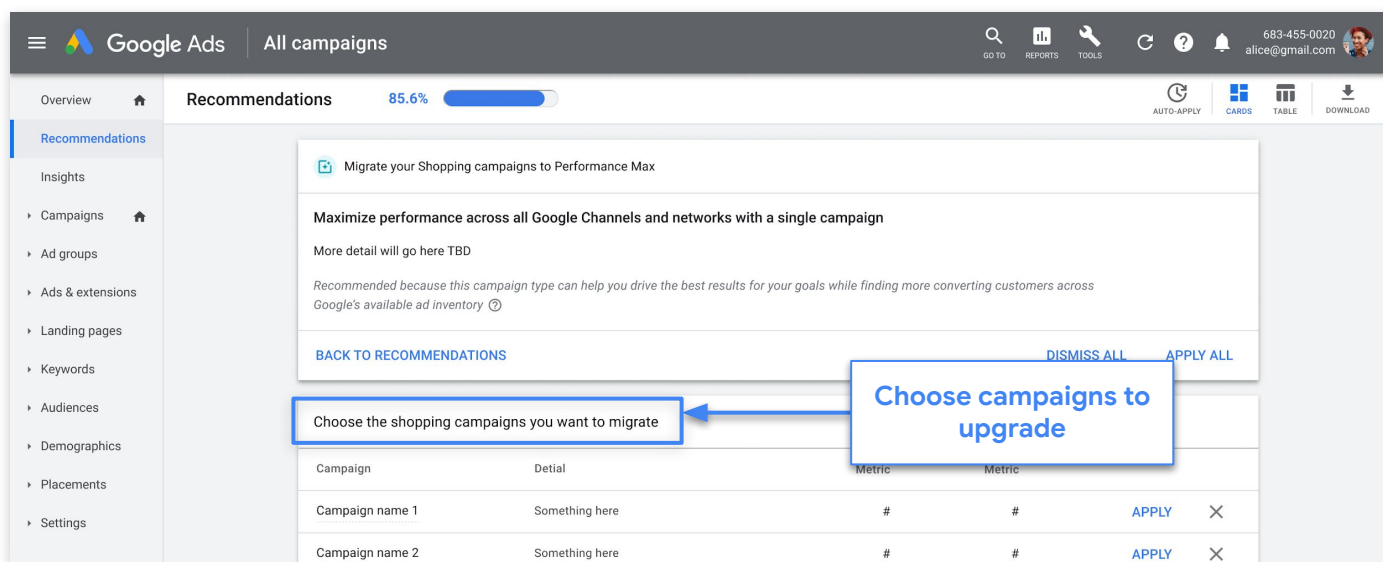
您可以考虑如下优缺点来适时进行升级

 预热阶段	 手动升级	 自动升级
Q1(1-3月)	Q2(4-6月)	Q3(7-9月)
优点 <ul style="list-style-type: none"> 优先测试享受流量红利，有机会提前获得最佳广告效果 更多时间适应新型广告系列，减少未来可能的效果波动 缺点 <ul style="list-style-type: none"> 原有智能购物广告个别功能暂未支持 需要手动暂停原有智能购物广告并新建效果最大化广告系 新广告系列需要经历学习期 	优点 <ul style="list-style-type: none"> 利用广告升级工具“一键升级”，无需进行重复广告系列设置 零学习升级并立即优化转化效果 自主选择升级时间 缺点 <ul style="list-style-type: none"> 原有智能购物广告个别功能暂未支持 	优点 <ul style="list-style-type: none"> 系统自动升级，无需手动操作 全部原有设置无缝转移 缺点 <ul style="list-style-type: none"> 错过流量红利和适应期

如何将智能购物广告升级到效果最大化广告？

The options for upgrading to Performance Max will vary depending on the phase. See below for details on upgrading in each phase:

 预热阶段	 手动升级	 自动升级
Q1(1-3月)	Q2(4-6月)	Q3(7-9月)
<p>1. 手动新建效果最大化广告取代现有SSC,并保持新pMAX系列中的商品id、预算和目标广告支出回报率设置完全相同,然后暂停原有SSC以加快新系列机器学习期。逐个将现有SSC升级为PMAX</p>	<p>1. 通过账户优化建议升级 账户中将出现新的优化建议“升级智能购物广告到PMAX。”您可以将此优化建议应用至 (a) 全部广告系列 (b) 单个广告系列</p> <p>2. 通过广告系列视图升级 选择您希望升级的广告系列,点击“编辑”,再选择“升级至效果最大化广告”</p> <p>3. 通过Ads Editor升级. 选择“建议,”然后选择“升级智能购物广告到PMAX.”,再选择“应用”</p>	<p>1. 无需任何操作系统将批量自动升级所有智能购物广告。对仍然没有被自动升级的智能购物广告,您仍然可以使用手动升级阶段介绍的各种工具进行手动升级。</p>



The screenshot shows the Google Ads interface with a recommendation to migrate shopping campaigns to Performance Max. The recommendation text states: "Maximize performance across all Google Channels and networks with a single campaign. More detail will go here TBD. Recommended because this campaign type can help you drive the best results for your goals while finding more converting customers across Google's available ad inventory." Below the text are buttons for "BACK TO RECOMMENDATIONS", "DISMISS ALL", and "APPLY ALL". A blue box highlights the "Choose the shopping campaigns you want to migrate" section, which contains a table with columns for Campaign, Detail, and Metric. The table lists two campaigns: "Campaign name 1" and "Campaign name 2", both with "Something here" in the Detail column and "#" in the Metric column. Each row has an "APPLY" button and a close "X" button.



我应该如何比较效果最大化广告和智能购物广告的效果？

首先，请在比较之前暂停与新效果最大化广告对应的原有智能购物广告，并等待1-2周的学习期(将此学习期排除比较)。然后再之后1个月以上的过程中比较以下指标，并在分析中考虑转化延迟：



参考数据指标:

- 目标广告支出回报率ROAS (可将“平均ROAS”加入列以参考实际目标)
- 转化价值
- 预算使用率



设置PMax



学习期

1~2 周



起量之后

一个月以上

Evaluate this period



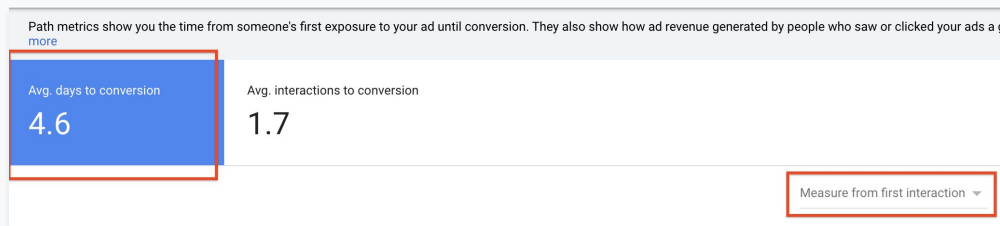
转化延迟

X 天**



评估广告效果

*You can check this by visiting "Attribution" > "Path metrics" > "Average day to conversion." Please select "Measure from first interaction"
 **Actual number of days varies based on the account.



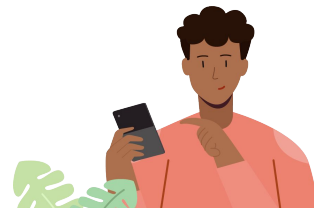
新建效果最大化广告正常起量需要多久的学习期？



在手动阶段和自动阶段通过一键升级工具开启效果最大化广告不会有转换期，从第一天起就能获得正常流量



在预热阶段开启效果最大化广告，通常会有1到两周的学习期，才能看到稳定流量



“ 哪里可以查看广告效果的更多数据洞察？

对更多洞察感兴趣的客户可以通过Insights卡片查看有关广告效果的洞察，里面包含了有关机器学习算法给出的数据建议

“ 有哪些建立和运行效果最大化广告的最佳做法？



尽量避免智能购物广告和效果最大化广告同时运行

Performance Max will take priority for most inventory, which can undermine overall results and make it hard to evaluate head-to-head performance. When you run a PMax campaign, you should turn off any overlapping SSC.



添加尽可能多的创意素材 The Performance Max algorithm relies on this information to optimize its ad placements and formats, so the more assets and audiences you include, the better your campaign performance will be.



记住更新账户的转化目标设置

Updating conversion settings is a key strategy for driving better results. Try using conversion value rules to target a certain subset of customers, or adding/subtracting conversion goals as your objectives evolve.

“ 我可以同时运行智能购物广告和效果最大化广告吗？



再次强调一遍。尽量避免覆盖相同产品的智能购物广告和效果最大化广告同时运行

效果最大化广告对多数覆盖的版位有最高优先级，这使得同时运行两者产生不必要的效果下降并且很难进行科学的效果对比。当你运行效果最大化广告的时候，要关闭覆盖相同产品的智能购物广告

“ 如何寻求有关效果最大化广告的帮助？



If you need to get in contact with the Google support team, please use [this form](#). You can also reach out to your Google representative for more information.