

Toolkit Product Shopping Ads (PSA)

Tampilkan produk di Tab Pencarian & Shop dengan PSA

Aktivasi mudah tanpa perlu membuat video, pikat pengguna yang punya intensi belanja tinggi

3,0x

Impresi Pencarian Shop Ads untuk seller yang menjalankan PSA dibandingkan yang tidak menjalankan PSA

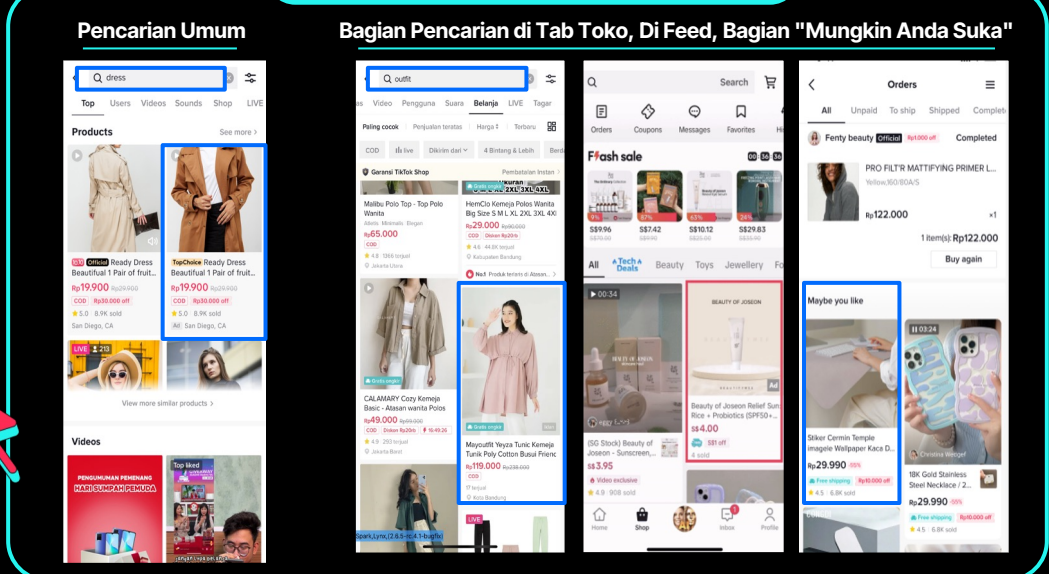
3,8x

GMV Tab Shop untuk seller yang menjalankan PSA, dibandingkan seller yang tidak menjalankan PSA

2,5x

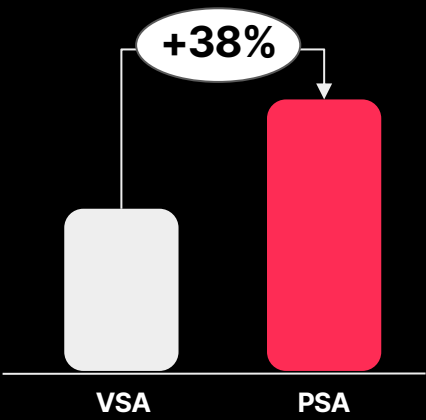
Top 4 dalam pencarian saat seller menjalankan Shop Ads

Touchpoint PSA

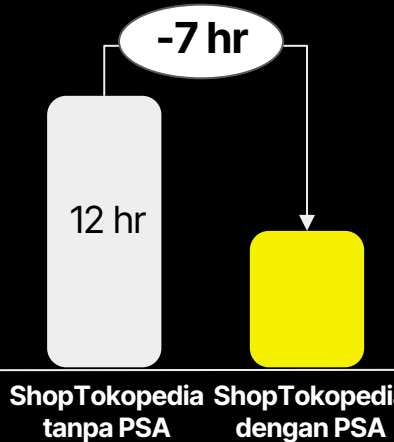


PSA: Solusi efektif untuk menghasilkan penjualan pertama

PSA mampu menaikkan ROAS 38% untuk SKU baru, jika dibandingkan dengan VSA

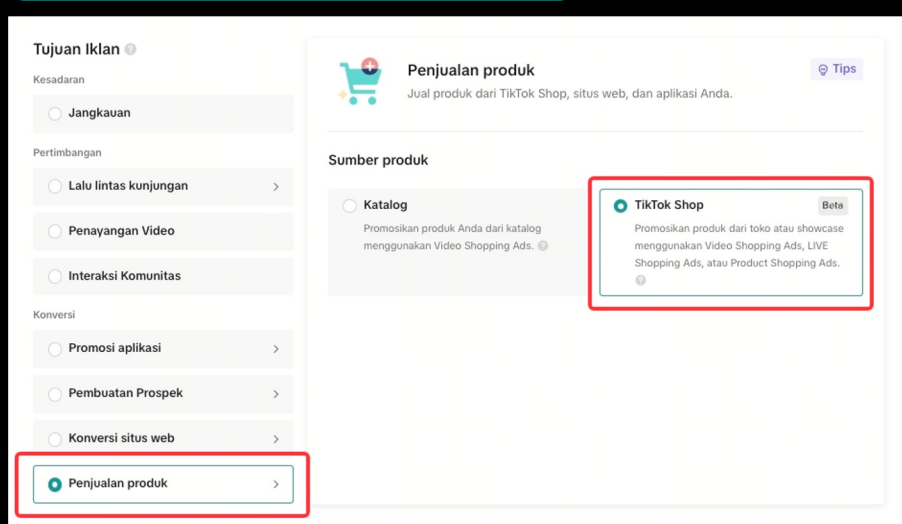


7 hari lebih cepat menghasilkan 1 pesanan per hari dengan PSA



3 langkah mudah menyiapkan PSA di TikTok Ads Manager

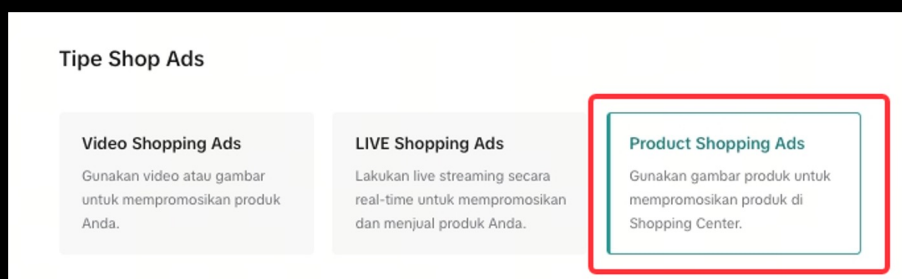
1 Buat kampanye baru



Buka TikTok Ads Manager dan buat kampanye baru.

- Dari halaman pembuatan kampanye, pilih tujuan iklan **Penjualan Produk**.
- Pilih **ShopTokopedia** (TikTok Shop) sebagai sumber produknya, lalu selesaikan pengaturan kampanye.

2 Siapkan grup iklan



Pilih tipe iklan **"Product Shopping Ads"**. Selesaikan pengaturan lainnya untuk grup iklan, lalu klik **"Berikutnya"**

- Penempatan akan terisi otomatis
- Pastikan pilihan usianya diatur 18+
- Optimalkan kata kunci untuk penempatan di hasil pencarian
- Pilih 1 dari 3 tujuan pengoptimalan:

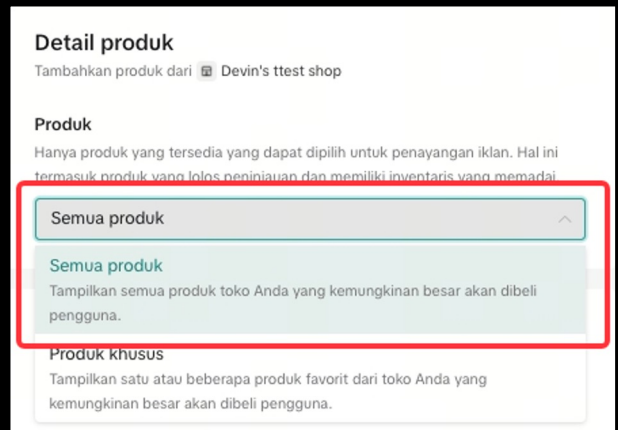
Pendapatan Kotor

Pembelian

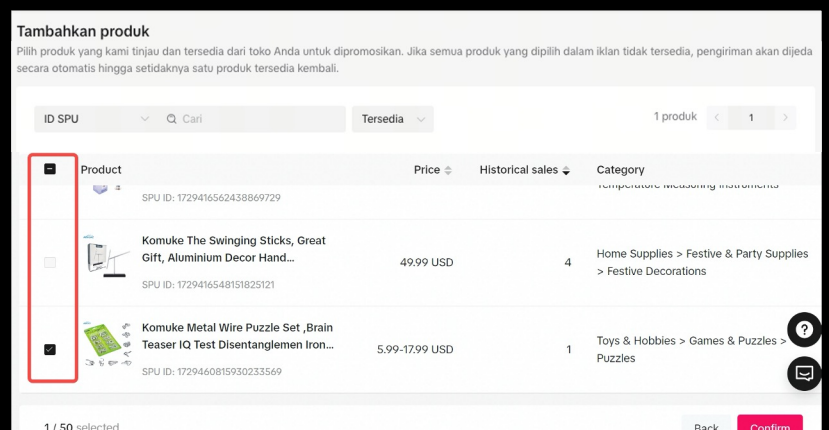
Klik

3 Buat iklan

Uji semua SKU secara efektif (pilih "Semua Produk")



Tingkatkan traffic untuk SKU tertentu (pilih "Produk Spesifik")



Tips penting untuk mengoptimalkan kinerja PSA

1 5 elemen wajib



Logo terlihat

Nama produk (atau ringkasan nilai jual)

Gambar produk (lakukan endorsement dengan mengundang selebritas, jika memungkinkan)

Penarik Perhatian (POI)

2 Baca laporan dan optimalkan pengaturan



Pilih kolom "Shop Ads" untuk meninjau metriknya

Lihat ringkasan laporan beserta detailnya berdasarkan kampanye, edit grup iklan bila perlu

Metrik yang tersedia: Anggaran, Total biaya, Impresi, Klik (Destinasi), Tayangan halaman produk (Shop), Checkout dimulai (Shop), Pembelian (Shop), Pendapatan kotor (Shop), ROAS (Shop), CPM, CPC (Destinasi), Cost per purchase (Shop), CTR (Destinasi), Tingkat pembelian (Shop), Rata-rata nilai pesanan (Shop), Follower dari iklan berbayar, Tayangan video, Tayangan live

Saran pengaturan untuk PSA

	Baru menggunakan PSA		Produk dengan margin sama		Produk dengan margin beragam	
Tujuan Pengoptimalan	Pendapatan kotor	Pembelian	Pendapatan Kotor/Pembelian		Pendapatan Kotor/Pembelian	Pendapatan Kotor
Strategi Bid	ROAS Target	CPA Target	Pendapatan Kotor Tertinggi/ Penayangan Maksimum/CPA Target/ ROAS Target		Pendapatan Kotor Tertinggi/ Penayangan Maksimum	ROAS Target mis. ROAS target lebih tinggi
Penargetan	Penargetan Luas (Usia 18+)		Penargetan Luas (Usia 18+)/Penargetan Ulang		Penargetan Luas (Usia 18+)/Penargetan Ulang	
Pemilihan Produk	Semua produk		Semua Produk	Produk Tertentu	Semua Produk	Produk Tertentu mis. produk margin rendah
Pendekatan Anggaran untuk PSA	50% Always-On	50% Always-On	50% Always-On	50% Always-On ATAU Periode Kampanye	50%	25%
Anggaran Awal PSA untuk Shop Ads	50 USD atau 20x CPA (cost per purchase) rata-rata VSA Anda per grup iklan per hari jika cost per purchase rata-ratanya diketahui ATAU 15% dari anggaran total Shop Ads		20% dari anggaran total Shop Ads		30% dari anggaran total Shop Ads mis. jika anggaran Shop Ads saat ini 1.000 USD, gunakan 20%-nya (200 USD) untuk PSA (anggaran total 1.200 USD)	