



優化廣告活動 第三章

在建立了您的第一個廣告活動之後，您下一步需要做的，就是確保廣告活動能夠得到不錯的推廣效果，為了達成這個目標，我們將在本章內為您介紹一些廣告活動優化的建議，進而幫助您改善推廣績效，促成更多銷售。

3. 預算

在正式開始投放廣告之前，您需要先確定您整個廣告活動的預算，預算是您參與廣告競價的基礎。每次投放的預算決定了廣告投放的整體規模，在本章節內容中，我們將指導您合理設定預算，避免出現預算超支等不如預期的現象。

3.1	預算	3
3.2	每日預算	3
3.3	生命週期預算	5
3.4	超出預算通知	5

本學習資料共有七章內容。如需學習其他章節，請參考[相關閱讀頁面](#)的尋找指南，尋找您想學習的內容。

3.1 預算

在建立新的廣告活動時，您需要決定如何設定廣告的預算費用。

- 對於產品推廣，您可以設定**每日預算**；
- 對於品牌推廣，您可以選擇設定**每日預算**和**生命週期預算**。

我們還提供廣告組合等級的預算方案，您可以使用廣告組合預算上限¹來設定和管理一組廣告活動的支出，確保廣告組合中所有廣告活動的總支出不超過您設定的預算。

3.2 每日預算

• 什麼是每日預算

每日預算是指您每天願意為某個廣告活動花費的金額，這個金額是按一個日曆月中的每日平均值來計算的。在一個月中的任意一天，您的支出可以低於平均每日預算，也可以高於平均每日預算（最高不超過 10%），到月底時，您的總支出不會超過每日預算與當月天數的乘積。這種靈活的機制讓您能夠靈活把握住流量較高的日期，增加曝光機會。

• 如何更改每日預算

您可以隨時更改每日預算，所做調整將立即在您的廣告活動中生效，您可以透過以下方式調整每日預算：

1. 在「管理廣告」檢視中，按一下「預算」列中的預算金額，輸入新的金額；



The screenshot shows the '所有廣告活動' (All Ad Activities) page in the Amazon Advertising console. It features a table with columns for '有效' (Active), '廣告活動' (Ad Activity), '狀態' (Status), '類型' (Type), '開始日期' (Start Date), '結束日期' (End Date), '預算' (Budget), '曝光量' (Impressions), '花費' (Spend), '訂單' (Orders), '銷售額' (Sales), 'ACOS', and '操作' (Actions). Two rows of ad activities are visible, both with a budget of '\$ 10.00' and a frequency of '每天' (Daily). The budget input field for the second row is highlighted with an orange box, showing a dropdown menu with the current value and a '+' icon for editing.

有效	廣告活動	狀態	類型	開始日期	結束日期	預算	曝光量	花費	訂單	銷售額	ACOS	操作
<input type="checkbox"/>	廣告活動 - 4/28/2020 11:40:16	已暫停 詳情	商品推广 手动投放	2020年4月27日	2020年4月27日	\$ 10.00 每天	-	-	-	-	-	控制
<input type="checkbox"/>	廣告活動 - 4/20/2020 21:54:35	已暫停 詳情	商品推广 自动投放	2020年4月24日	2020年4月25日	\$ 10.00 每天	-	-	-	-	-	控制

1. 預算上限：是指您廣告組合中的所有廣告活動在預算日期範圍或月份（如果您設定了定期月度預算上限）的最大支出。達到預算上限後，廣告組合中的所有廣告活動都將停止運作。

2. 按一下廣告活動名稱，選取「廣告活動設定」，進而更改每日預算。



廣告活動 - 4/28/2020 11:40:16 SPONSORED PRODUCTS

廣告組 廣告位 否定關鍵詞 **廣告活動設定** 歷史 廣告報告

廣告活動名稱 廣告活動-4/28/2020 11:40:16

廣告活動編號

廣告組合 Text

類型 商品推廣

有效/已暫停 已暫停 存檔此廣告活動

狀態 已暫停

安排 2020年4月27日

預算 \$ 10.00 每天

廣告活動投放 手動投放

廣告活動的竞价策略 动态竞价 - 只降低
当您的广告不太可能带来销售时，我们将实时降低您的竞价。在 2019 年 01 月之前创建的任何广告活动都会使用此设置。 [了解更多信息](#)

动态竞价 - 提高和降低
当您的广告有可能带来销售时，我们将实时提高您的竞价（最高可达 100%），并在您的广告不太可能带来销售时降低您的竞价。 [了解更多信息](#)

固定竞价
我们将使用您的确切竞价和您设置的任何手动调整，而不会根据出可能性对您的竞价进行更改。 [了解更多信息](#)

除了您的竞价策略外，您还可以将出价提高高达 900%。 [了解更多信息](#)

搜索结果显示顶部 (质量) 0 %
示例：对于此广告位，\$1.00 竞价将保持 \$1.00 不变，动态竞价可以将其提高至 \$2.00。

用显示位查看出价 (切换竞价+)



我想要更改每日預算，有哪些需要注意的常見問題嗎？

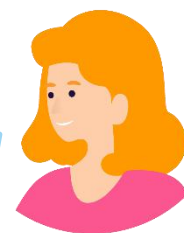
1. 如果您減少了每日預算，並且您當月已用的廣告活動支出低於新預算金額，我們將**以當天設定的新預算為準**。

2. 如果您減少了每日預算，並且您當月已經支出的費用已經超過了新預算的金額，則您的支出將受到限制，新預算將在**第二天生效**。

例如，如果您在中午將每日預算從 100 美元更改為 50 美元，但您的廣告活動在當天已花費 80 美元，那麼您需要支付當天已花費的 80 美元，從第二天開始，您的每日預算將會修改為 50 美元。

3. 如果您在月中更改每日預算，當月剩餘時間的廣告活動支出，**不會超過**新的每日預算乘以當月剩餘天數的值。

例如，截至某月 20 日，您在該月已花費 800 美元。從當月 20 日開始，您將每日預算更改為 10 美元。您將在該月支付的最高費用將是 800 美元 (您到目前為止花費的費用) + 110 美元 (10 美元/天 X 該月剩餘的 11 天) = 910 美元。



3.3 生命週期預算

當您的廣告活動有其特定的投放期時，使用生命週期預算，您就可以指定在該投放期內預計支出的總金額。當廣告活動的實際支出達到您設定的生命週期預算限制後，就會停止投放廣告。您可以在品牌推廣中選擇生命週期預算，可設定的**最低金額為 100 美元**。預算將會根據**點擊量**支出，因此實際支出的速度並不是固定的。

例如，如果您的廣告活動將為期 10 天，生命週期預算為 1,000 美元，那麼Amazon將每天提供價值 100 美元的點擊量。如果您在第一天獲得了價值 90 美元的點擊量，則第二天的預算可能調整為 110 美元，以補足昨天未達到的預算臨界值。在總支出達到 1,000 美元的上限後，您的廣告就會停止投放。



注意：

品牌推廣活動可以使用每日預算和**生命週期預算**兩種方式。在設定廣告活動時，您一旦選取了每日預算或生命週期預算，將無法在兩者之間進行切換。若要更改品牌推廣的預算編制方法，請複製您的廣告活動並建立一個新廣告活動。

3.4 超出預算通知



當您的廣告活動支出即將達到或者已經超出預算時，我們會向您寄送一封電子郵件提醒。如果您選擇使用每日預算，還可以在廣告活動管理中查看此通知。當您收到通知時，請及時查看該廣告活動的預算和支出情況，根據需要進行調整，避免廣告活動中斷。

注意：

您的預算通知中的資訊可能與您在廣告活動管理中看到的資訊**不匹配**。那是因為預算通知是帳戶提醒，而廣告活動管理中顯示的是廣告活動報告，需要更多時間處理，因此資訊更新可能會比較延遲。

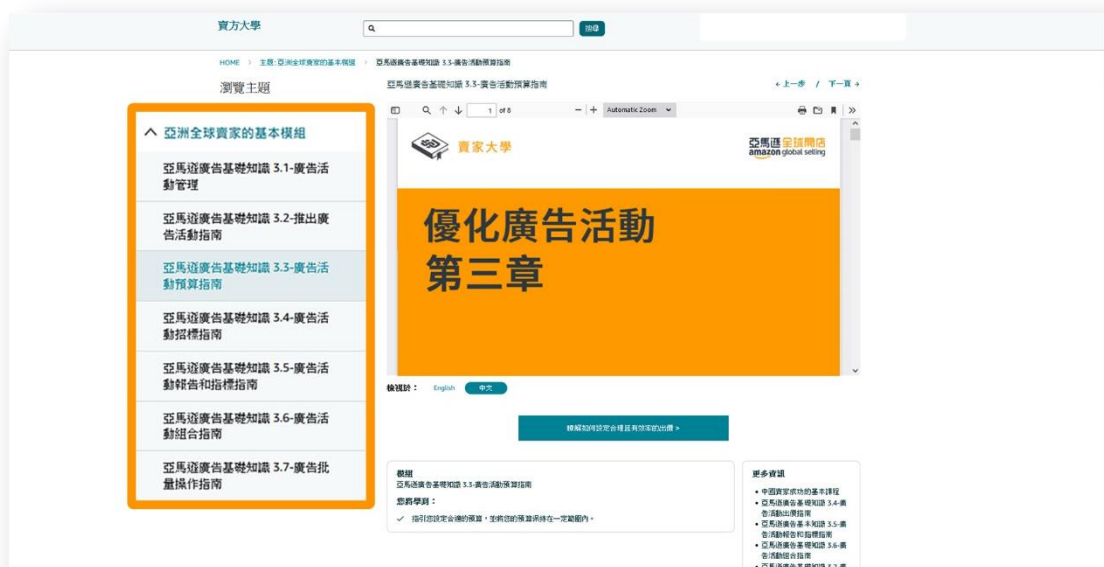
相關閱讀

優化廣告活動

- 廣告活動管理操作指導
- 投放管理及關鍵字優化
- 預算管理
- 競價策略優化
- 報告和指標
- 使用廣告組合
- 大量操作指導

尋找路徑：Amazon賣家平台 > 績效 > 賣家大學 > 搜尋學習資料名稱

快速連結：Amazon賣家大學 [北美網站](#)、[歐洲網站](#)、[日本網站](#)



學習更多Amazon廣告相關內容：

- 想要快速瞭解什麼是搜尋類廣告？搜尋「最新廣告」
- 想要立刻開始推廣活動？搜尋「教您入門」
- 想學習其他人的成功經驗？搜尋「廣告優秀案例」

延伸學習

您可以[點擊這裡](#)，查看亞馬遜所有的**官方培訓**或掃描下方的QR Code，關注“亞馬遜全球開店”的官方網站與官方培訓之課程頁面，即時了解相關資訊。



(亞馬遜全球開店)



學習反饋

如果您覺得相關內容對您有幫助，請點亮頁面右下角的「」向我們提供反饋，謝謝！



The image shows a screenshot of the Amazon Seller University website. The page title is "優化廣告活動 第三章" (Optimize Advertising Activities - Chapter 3). A sidebar on the left contains a navigation menu with the item "亞洲全球賣家的基本模組" (Basic Modules for Asian Global Sellers) highlighted with an orange box. The main content area features a large orange banner with the chapter title. Below the banner, there is a "檢視於:" (View in:) section with "English" and "中文" (Chinese) options. A "您將學到:" (You will learn:) section lists a bullet point: "指引您設定合理的預算，並將您的預算保持在一定範圍內。" (Guide you to set a reasonable budget and keep your budget within a certain range). In the bottom right corner, there are two callout boxes. The larger one asks "這有用嗎?" (Was this helpful?) and shows a grey 'X' and a green checkmark. A smaller one below it also asks "這有用嗎?" and shows a grey 'X' and a green checkmark.

