

∞ Meta | TAAA

AI 賦能

智造商機創新課程

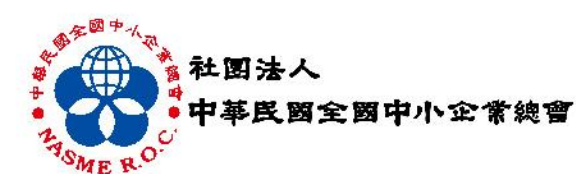


主辦單位 ∞ Meta



經濟部中小及新創企業署
SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE AND STARTUP ADMINISTRATION
MINISTRY OF ECONOMIC AFFAIRS

執行單位



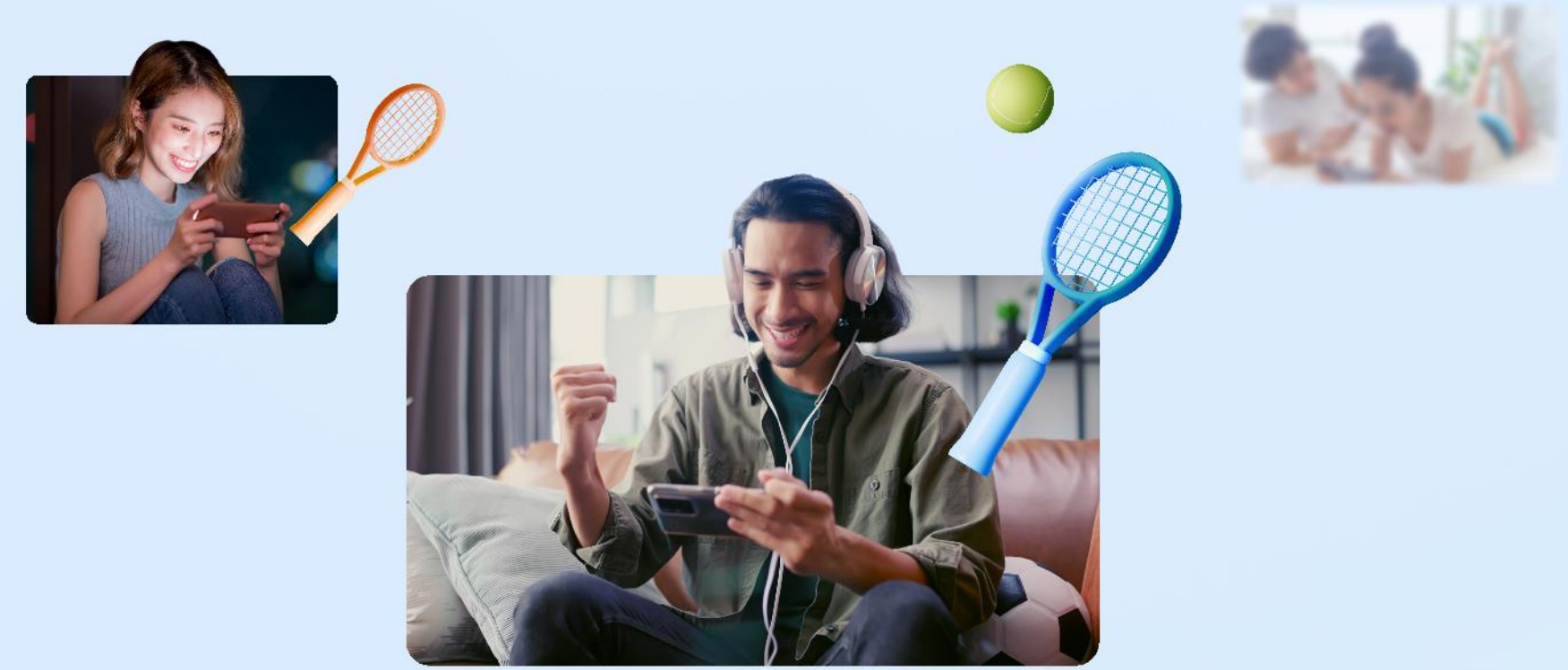
支持單位

台灣人工智慧學校
Taiwan AI Academy

Meta | TAAA

AI 賦能

智造商機創新課程



Step by Step

啟動 Meta 自動化廣告方案實作攻略




主辦單位  Meta

 TAIPEI
ASSOCIATION OF
ADVERTISING
AGENCIES

 經濟部中小及新創企業署
SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE AND STARTUP ADMINISTRATION
MINISTRY OF ECONOMIC AFFAIRS

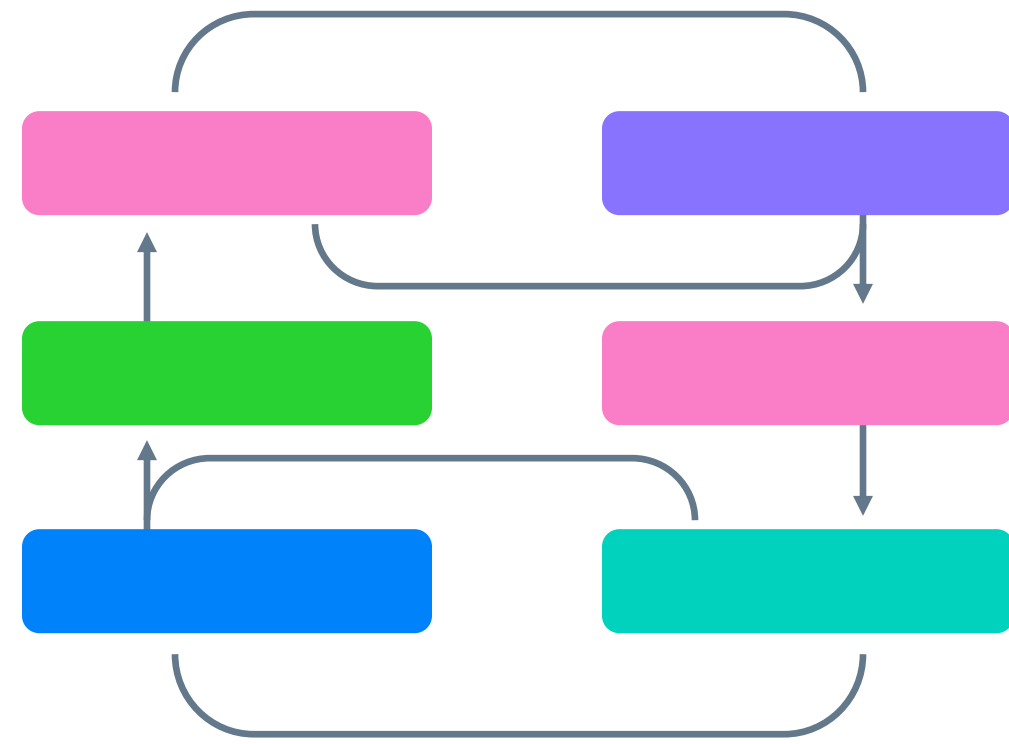
執行單位

 社団法人
中華民國全國中小企業總會
MASME R.O.C.

支持單位

 台灣人工智慧學校
Taiwan AI Academy

我們的人工智慧和機器學習廣告模型如何運作 以實現前所未有的大規模、速度和準確性的最佳效能



成果預測

我們的機器學習演算法從每天在我們的平台上進行的數百十億次互動中學習，精準預測成效趨勢，以幫助您實現最大化效能。隱私是此一切中的核心。



個人化廣告

我們的人工智慧只需要一秒時間就可以將最有關聯的人群與正確的信息進行匹配。此外，現在使用生成式AI，您可以輸入文字和圖像等創意元素，自動生成多個與您的受眾相符的內容。



規模化排列組合

在目標受眾、競標和創意方面進行數百萬次規模化計算以發現最適合您業務的方法，同時保持最低的成本，不斷以最有效益的方式改進您的活動。

高效速成+ 購物行銷活動

依據用戶的興趣、購買意願和動作，向用戶自動投遞相關的服務或產品



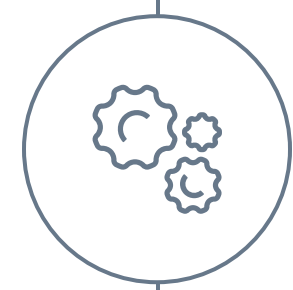
提高成效

17%

每次轉換成本
改善幅度¹

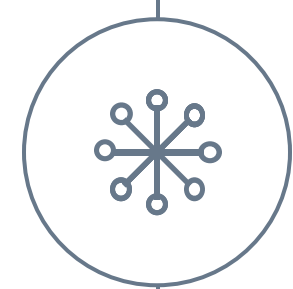
32%

廣告投資報酬率
平均增幅¹



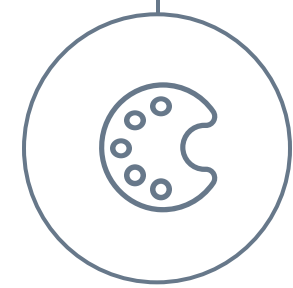
縮短行銷活動設定時間

透過行銷活動設定最佳化來簡化廣告投遞



擴大範圍

- 使用 AI 驅動的目標設定功能來觸及更廣大的受眾
- 從新的購物介面和符合條件的新顧客捕捉購買意願



廣告創意最佳化

增加廣告創意和版位流動性，減少廣告創意疲乏



最適合想達到
以下目標的行銷人員



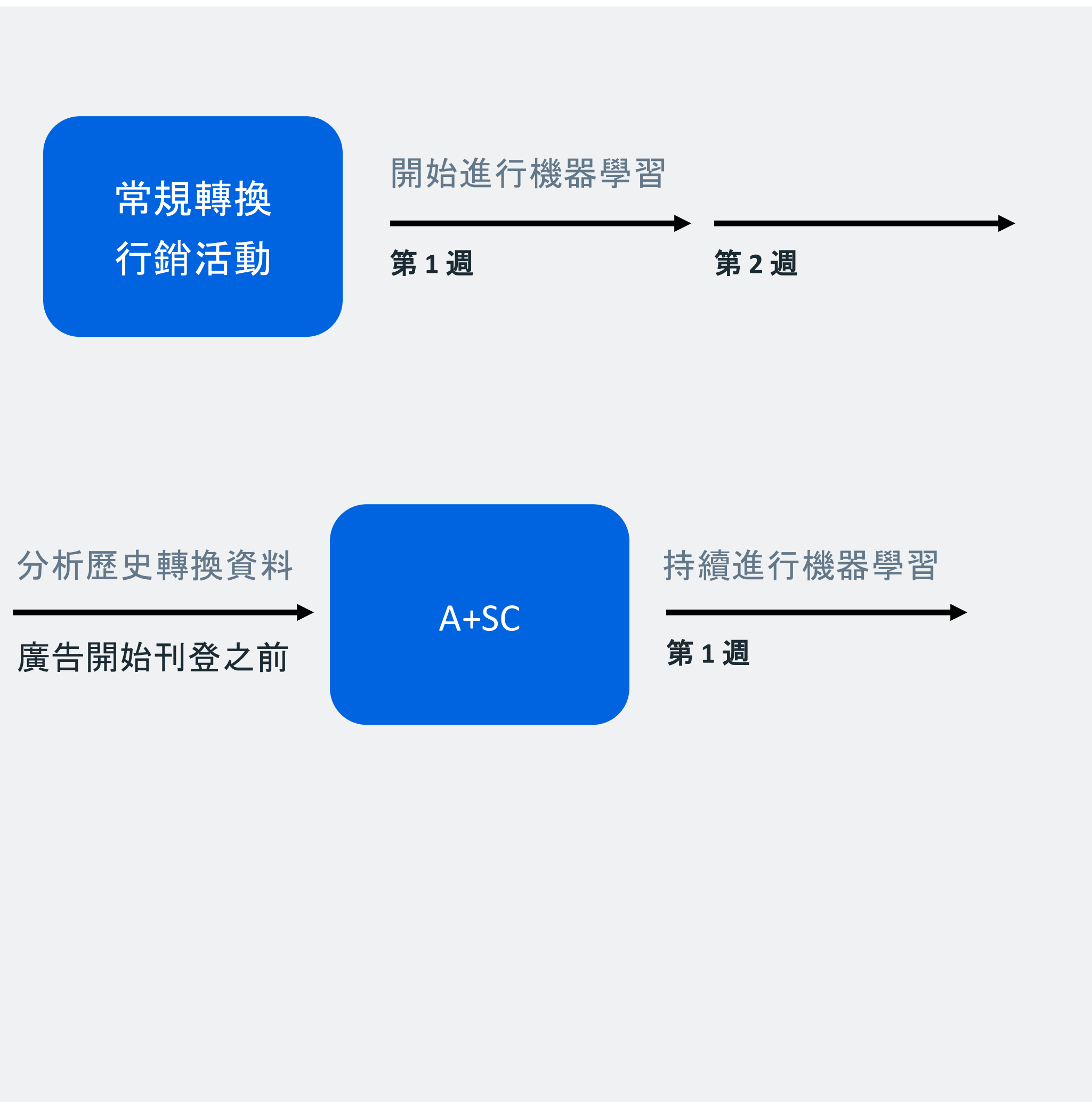
提高漏斗效率



提高新客群招攬效率

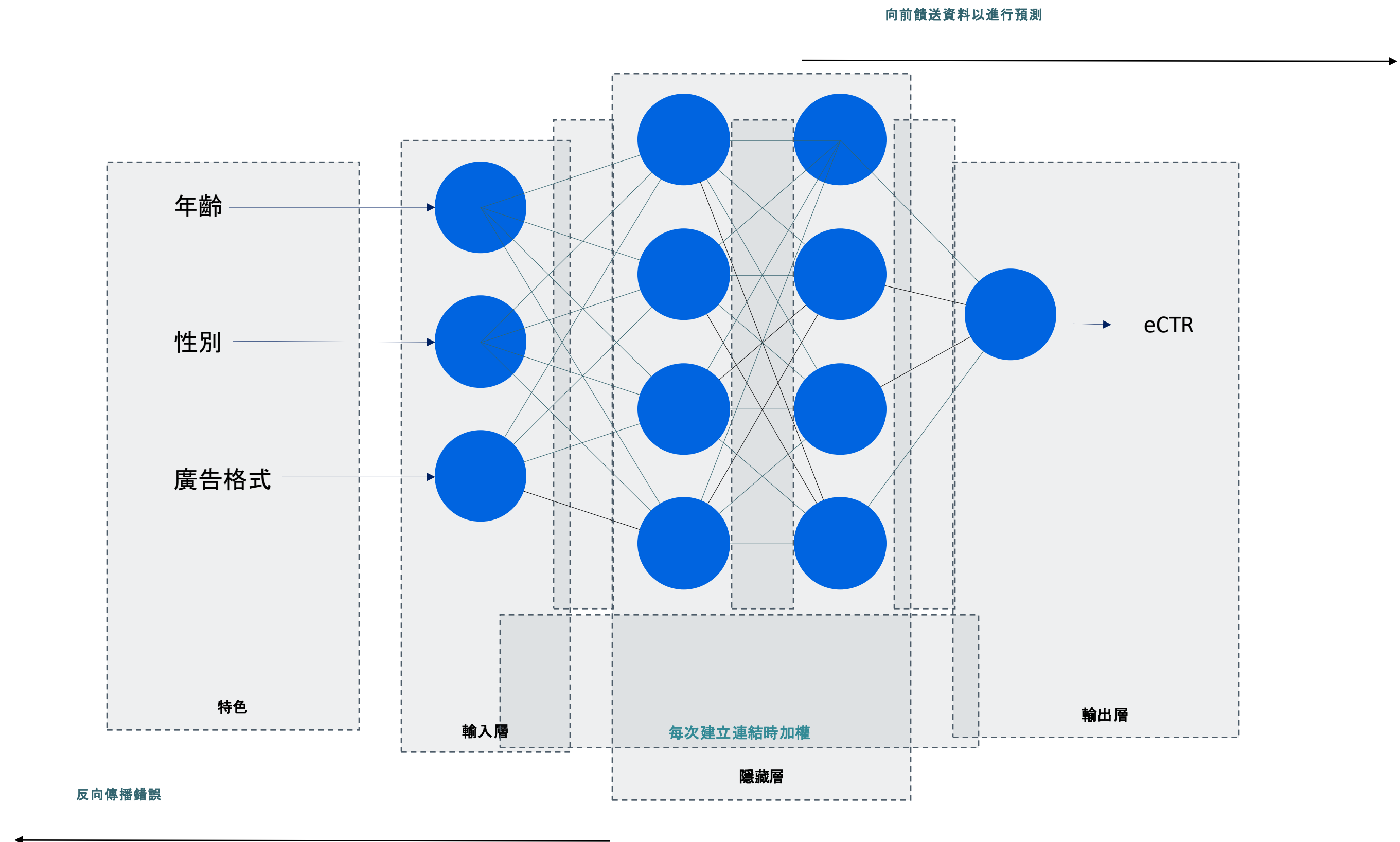
¹Meta 分析，2022 年 8-9 月

新的機器學習模型: 有效提高成效



Meta 的神經網絡機器學習模型

根據用戶和廣告特性預測 CTR 估計值



設定示意：縮短行銷活動設定時間

設定示意：縮短行銷活動設定時間

建立既有顧客：擴大範圍



廣告設定

你的廣告設定可讓你根據自己的商家業務使用相關功能和取得建議，以及用於此廣告帳號的廣告建立流程。



你的商家

協助我們進一步瞭解你的商家，讓我們可提供更相關的建議和功能。



帳號控制項

設定帳號控制項，限制誰能看到你的廣告，以及廣告的顯示位置。

未設定帳號控制項



Meta 驗證

取得驗證標章，以建立與顧客間的信任。



高效速成+ 廣告創意

在符合資格的行銷活動測試全新最佳化功能，協助我們改善廣告創意最佳化，並提升你的廣告成效。

測試新推出的廣告創意強化效果：關閉



廣告受眾族群

定義互動廣告受眾和現有顧客，即可取得銷售行銷活動廣告受眾更多的洞察報告

互動廣告受眾：未設定

現有顧客：已定義

廣告受眾族群

廣告受眾族群

使用自訂廣告受眾定義廣告受眾族群，即可接收額外分析資料。這些設定會套用至此廣告帳號的所有銷售行銷活動。[Learn more about audience segments](#)

互動廣告受眾 - 未定義

這些是知道你的商家或曾與你的商品或服務互動，但未進行購買的用戶。

現有顧客 - 未定義

這些用戶曾購買你的商品或註冊你的服務。

網站

180天網站訪客

搜尋現有的自訂廣告受眾

建立自訂廣告受眾

建立廣告受眾網址參數 - 選填

在網站網址中新增廣告受眾族群，以便透過第三方追蹤工具進行追蹤。建立廣告受眾網址參數會自動將受眾加入你的銷售行銷活動。

取消

確認

建立既有顧客：擴大範圍

分析報告

在「廣告刊登設定」界定廣告帳號的廣告受眾族群，以接收新廣告受眾、互動廣告受眾和現有顧客的資料解析報告。[Learn more about audience segments](#)

互動廣告受眾

未定義

現有顧客

未定義

預算和排程

預算 ⓘ

單日預算 ▼

NT\$1,000

TWD

你的每日平均花費為NT\$1,000。你的每日花費上限為NT\$1,750，你的每週花費上限則為NT\$7,000。

[關於單日預算](#)

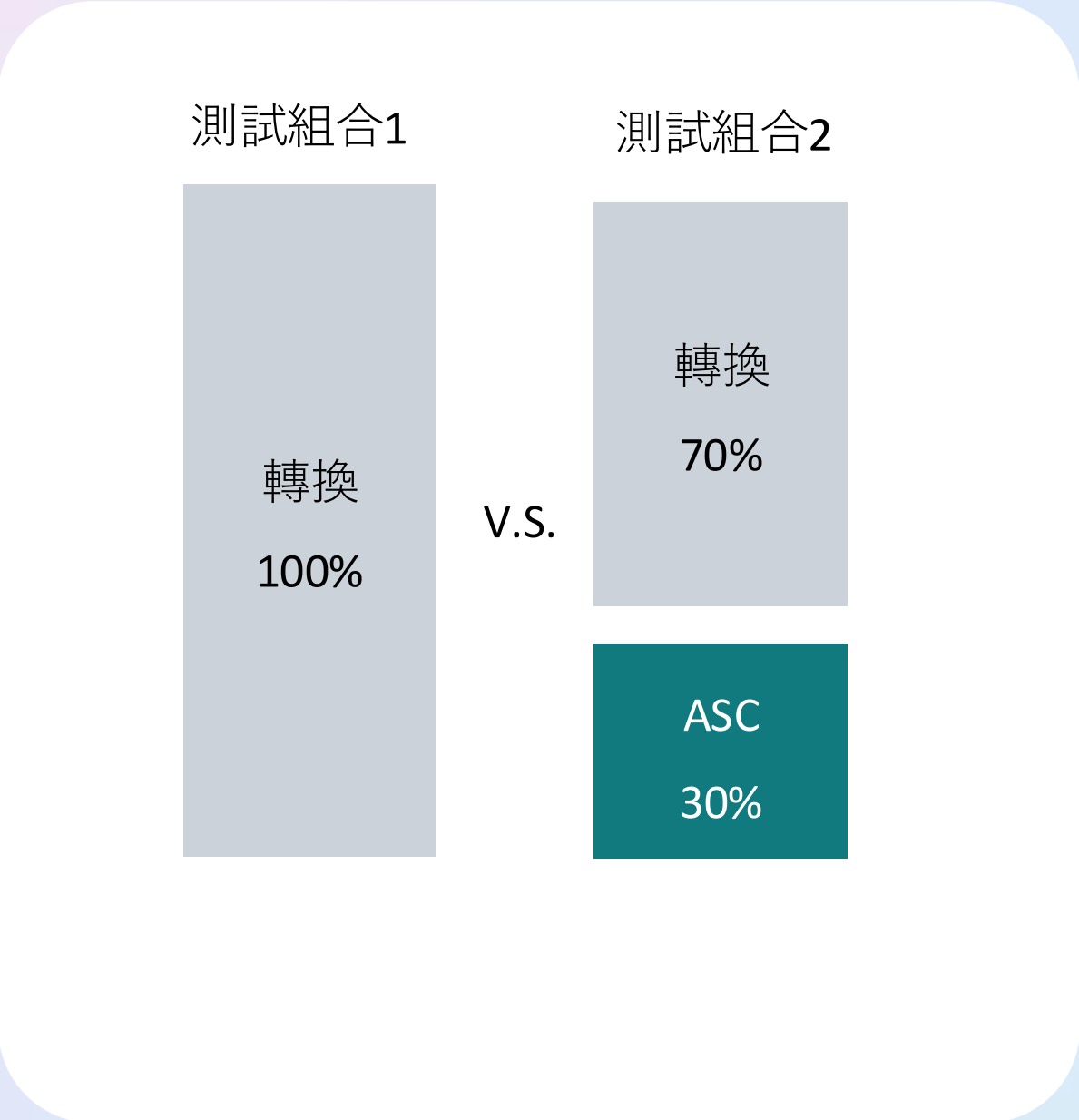


現有顧客預算上限

設定花費在你現有顧客的最高預算百分比。我們可能不會花費超過你設定的百分比，並會保持在此金額以內。



預算佔比





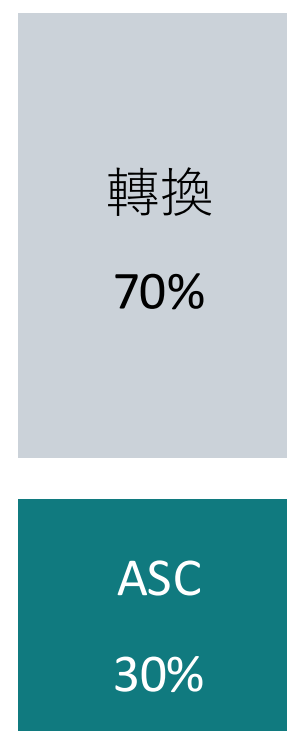
預算佔比

測試組合1



V.S.

測試組合2



新舊客比

依不同需求設置新舊客預算
配比：

1. **不設定『花費上限』**，
由系統最佳化預算分配
2. 若希望穩定投放給部分
舊客，設定舊客佔比為
25%
3. 若希望**招募新客**為主，
將舊客佔比設定為0



廣告創意

1. 數量：**至少10個**
2. 廣告格式多元，範例：
若使用10支廣告素材，
建議搭配
 - 靜態圖/ gifs x3
 - <15s 影片 x3
 - 產品目錄/ Carousel/
Collection x4



Rothy's 藉由**高效速成+購物行銷活動** 以更有效益的方式達成廣告目標

Rothy's 他們執行 A/B 測試，以了解**高效速成+ 購物行銷活動**是否能有效提高廣告投放效益：

細碎的手動廣告活動設置

8 個廣告活動分別設定廣告受眾為：

- 18+歲以上的美國民眾
- 已購買過的顧客
- 未購買過的網站訪客

廣告活動設定：

- 為單一廣告設定不同預算
- 不同廣告組合分配不同預算
- 依照不同廣告受眾表現不斷開關廣告

高效速成+購物行銷活動

一個**高效速成+購物行銷活動**：

- 合併廣告受眾
- 選擇多種廣告創意及文案的組合
- 透過 AI 將最合適的廣告創意投放在合適的廣告版位以更低的廣告成本帶動廣告成效
- 透過 AI 即時將預算分配至表現最佳的廣告組合



15%

更低的每次購買成本

25%

更高的ROAS

進階最佳化建議

運用高效速成+ 購物行銷活動擴大規模和 實現卓越成效



廣告創意



預算規劃



新功能

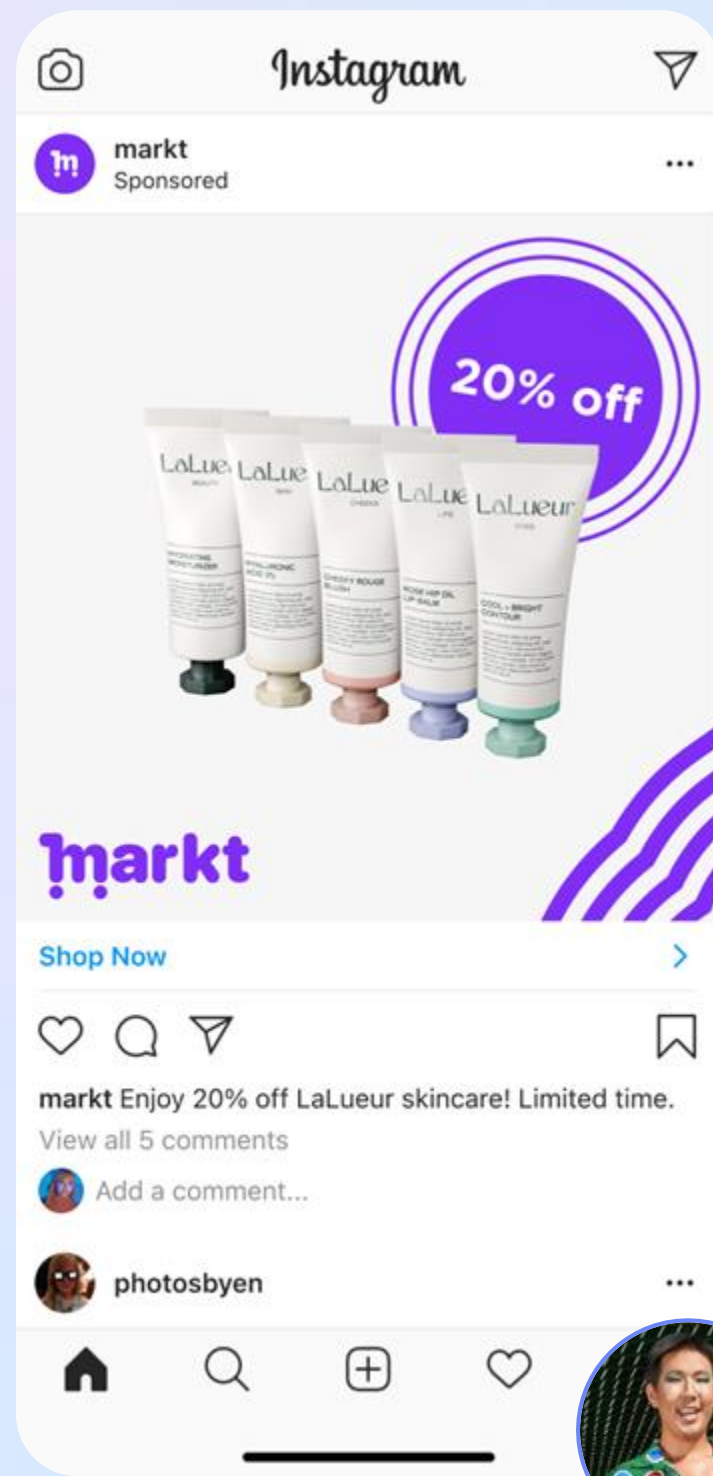


相同的產品，不同的動機

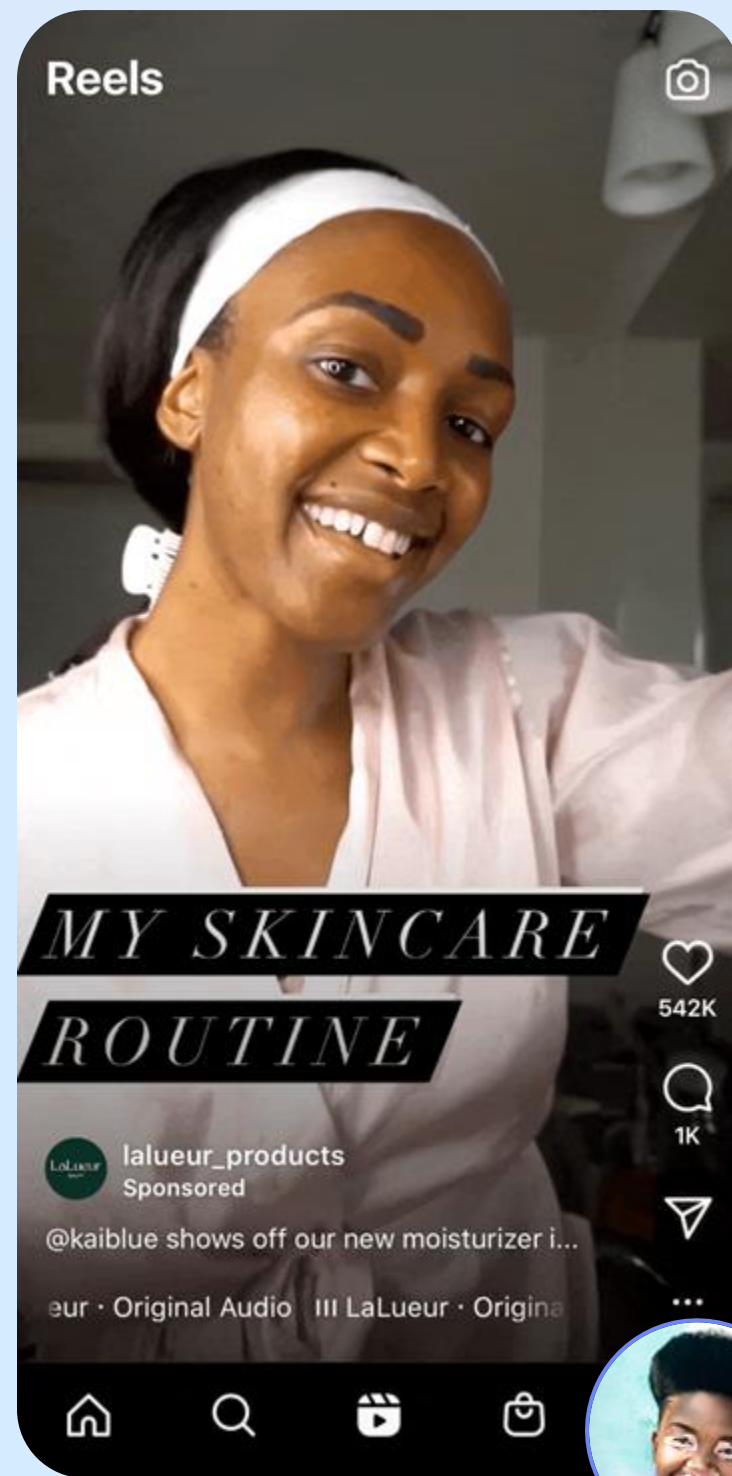
透過多元訊息、視覺效果和格式，讓 AI 能投遞最相關的廣告給適合的用戶



「這款正是我最需要的保溼霜。」



「我不能錯過這筆划算的交易！」



「這個商品是由我信任的創作者所推薦」



「希望能獲得出乎意料的成果。」



多元化廣告創意
有助於帶動：

32%

效率增加幅度¹

9%

觸及人數增幅²

3%

CPA 降低幅度²

資料來源：1. 這些結果來自規模化的後端測試，比較 2021 年 4 月 4 日至 2021 年 4 月 26 日跨產業的 2703 個廣告組合中，兩個相同和兩個不同（廣告創意多樣化）廣告創意的成效。此分析僅限於靜態廣告。*視覺相似性係按圖像內容在不同產業、機器學習來源對應中的差異定義。2. 我們發現，多樣化廣告創意呈現的視覺效果差異越大，*其成效提升幅度就越高（與一成不變的廣告創意相比）。根據我們的研究，不同組別（測試組與控制組）中的廣告創意視覺效果差異最大時，成效提升幅度為 32%，*相較之下，不同組別的廣告創意視覺效果幾乎雷同時，提升幅度只有 2%。*

使用「複製」功能大量複製廣告創意， 提高效率



建議事項

將常規行銷活動的廣告創意複製到高效速成+ 購物行銷活動，以節省您的寶貴時間，並請留意以下考量事項：

- 刊登專門用於衝高銷售業績的行銷活動時，應選擇專屬的廣告創意。
- 選擇廣告創意時，來源應該要是著重於站外轉換或達成預期之廣告投資報酬率的廣告組合。
- 確認選擇的廣告創意能引導受眾前往廣告組合內的**網站目的地**。
- 複製廣告創意時，來源應該要是以**相同像素為目標進行最佳化**的行銷活動，如此才能保有一致的追蹤和最佳化方法。



避免事項

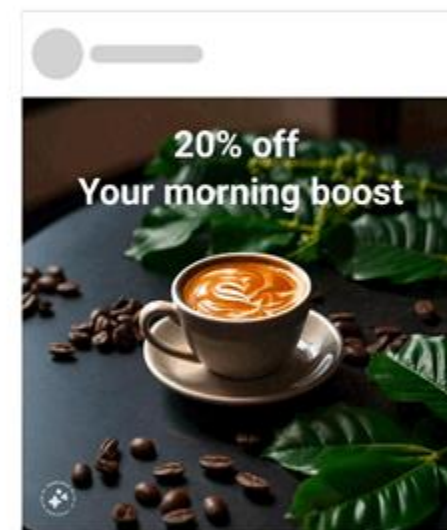
- 避免使用其他 A+SC 的廣告創意。
- 若有針對網站和應用程式最佳化的廣告組合，請避免使用該廣告組合的廣告創意。

使用**高效速成+ 廣告創意**的生成式 AI 產生不同創意版本

新功能



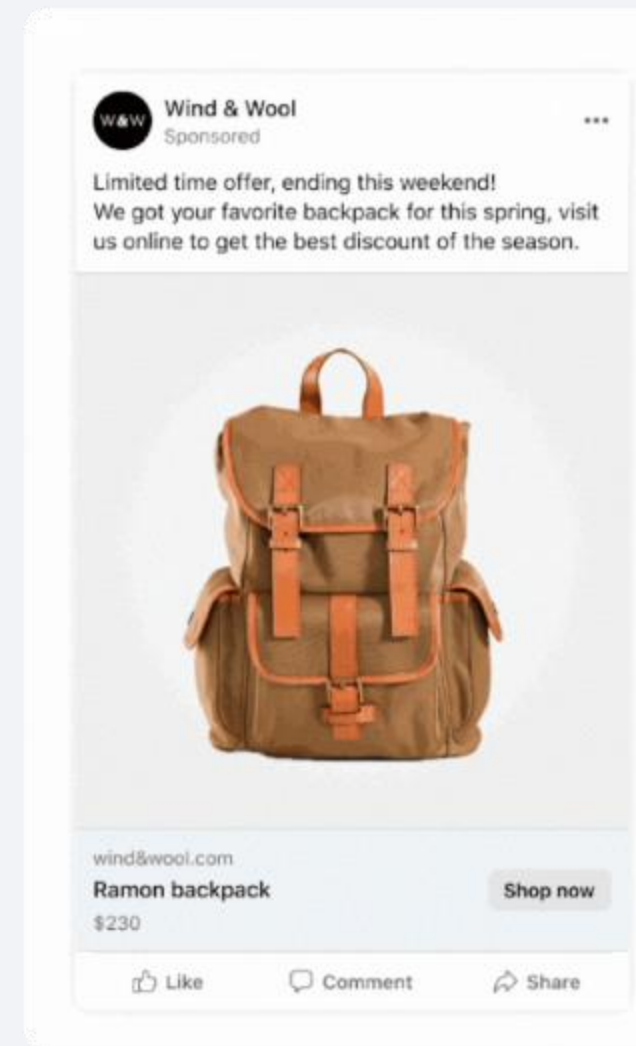
Image generation



Text overlay and image expansion



增強功能



背景生成*

自動在各種背景中突顯您的商品
或任何物件。



擴展圖像*

使用生成式 AI 自動擴展廣告創意的格式，
以符合動態消息或 Reels 等不同版面的
長寬比規範。

***透過生成式 AI 強化效果**

目前正逐步開放企業商家使用。將於第三季開始推出文字提示功能。



透過 Meta 高效速成+ 購物行銷活動 並結合高效速成+廣告創意生成式AI 功能，大幅提升業績銷售

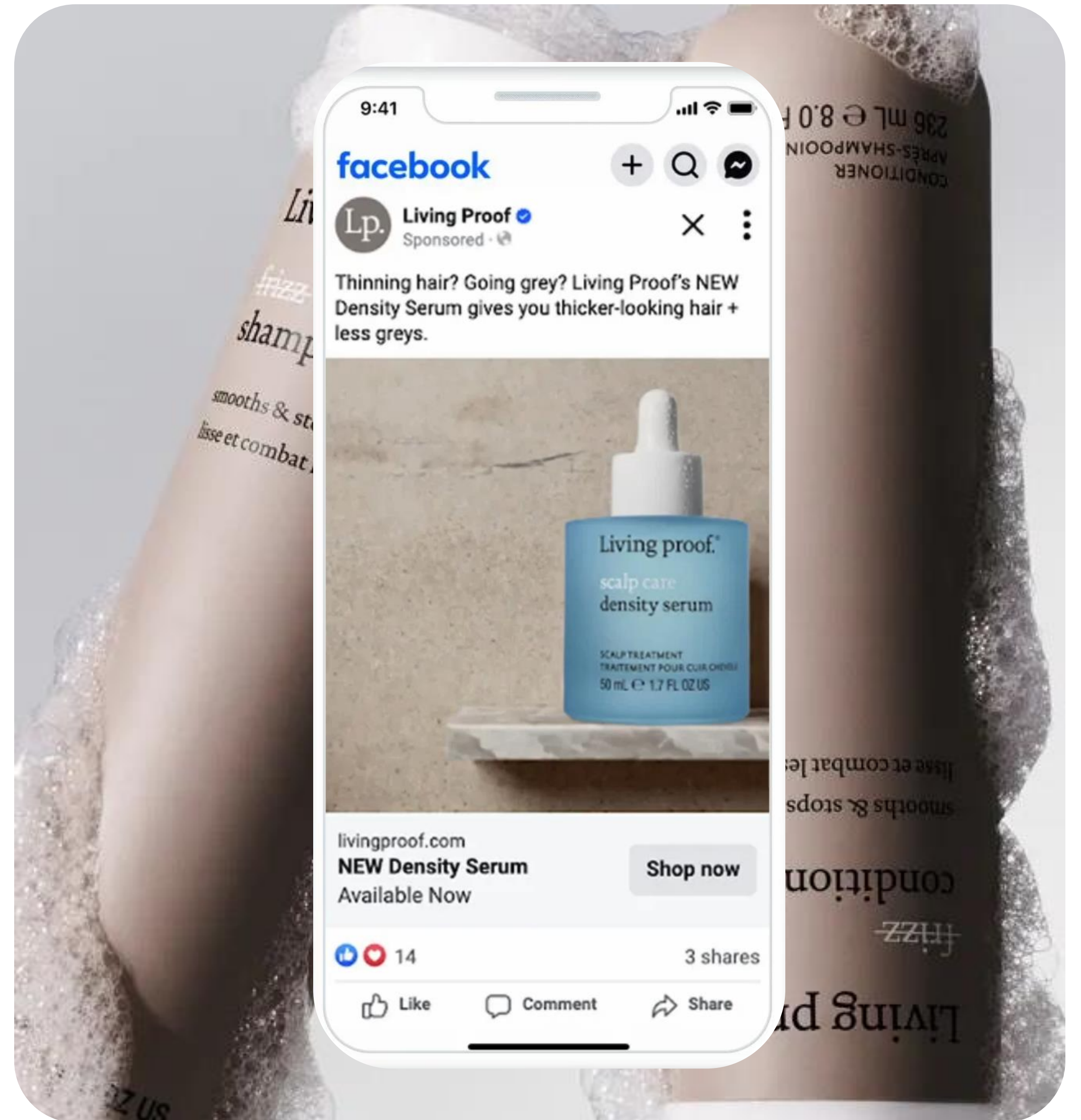
知名的頭髮護理品牌測試了搭配**生成式AI廣告創意**的高效速成+ 購物行銷活動，結果發現，與日常行銷活動策略及廣告創意相比，整體購買量提升了 **18%**。

16%

與使用一般廣告創意的日常廣告相比，刊登搭配生成式AI廣告創意的高效速成+ 購物行銷活動，帶來的**每次購買成本降低幅度**

18%

與使用一般廣告創意的日常廣告相比，刊登搭配生成式AI廣告創意的高效速成+ 購物行銷活動，帶來的**整體購買量提升幅度**



設定示意

加入**商品目錄**，讓品牌得以 透過**合適訊息**，有效觸及 最具價值的顧客

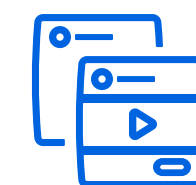
平均而言，歐非中東地區的電子商務業者
成果如下：

63%

將**高效速成+目錄廣告**加入**高效速成+購物行銷**
活動後，每增加一次轉換的成本降幅。

資料來源：在一份鎖定歐非中東國家／地區 11 位進行轉換提升研究的廣告主的近期測試中，我們發現就購買次數提升幅度而言，將**高效速成+購物行銷**活動加入鎖定廣泛受眾的**高效速成+目錄廣告**（簡稱 ACABA；前稱為鎖定廣泛受眾的動態廣告，即 DABA）之後，成效有 95% 機率會優於僅使用 ACABA。

更有創意的個人化廣告



運用廣告素材群組（含有搭配協調的圖像、影片、文字和連結），打造多樣化廣告創意。Meta 自動化系統會產生不同格式的多種版本，以便您將適合顧客的個人化最佳版本投遞給他們。



將**商品目錄**納入**行銷活動**並以「銷售」為最佳化目標，提高商品曝光度並觸及新受眾。



捨棄靜態目錄圖像，改用動態的品牌置入或**示範影片**。開放使用更多版位，不僅僅是在 SKU 層級投遞最相關的自家商品，並將成效最出色的廣告創意大規模投遞給合適的廣告受眾。



目錄廣告創意最佳作法

提升目錄和影片的成效。



生活市集 成功案例

這個台灣的電子商務平台為迎接購物促銷檔期，運用 ASC 高效速成+購物廣告解決方案，使得網站購買成本下降46%，同時ROAS提升78%。

ASC 高效速成+購物廣告解決方案使得行銷活動進行自動化的優化成果，達到受眾最佳化、版位最佳化以及預算最佳化，幫助廣告主提高機器學習效率，簡化操作提升觸及率，同時顯著提升廣告主轉換成效

46%

網站購買成本降幅

86%

網站購買次數增幅

78%

網站ROAS增幅

資料來源：Meta 成功案例。所有成果都是企業自行提供，因此無法完全複製。一般而言，個別成果應該有所不同。



FUTURE LAB. 成功案例

目錄產品廣告讓廣告創意效率最大化

透過自動化，能高效且大量的投遞可激發靈感的影片創意，為用戶提供具相關性的廣告體驗。我們的新功能使目錄廣告主能夠大規模獲取影片，提升其行銷能力。

Future Lab 利用目錄產品廣告搭配高效速成+購物行銷活動，來獲取更多新客戶，並提高廣告投資報酬率。與僅使用圖像廣告素材的對照組相比，使用商品目錄影片的實驗組別顯示出更佳成果。

31%

新顧客購買量
提升的幅度

22%

廣告投資報酬率
提升的幅度

資料來源：Meta Conversion Lift Study. June - July 2024

所有成果都是企業自行提供，因此無法完全複製。一般而言，個別成果應該有所不同。

靜態產品圖片



產品影片



透過圖像或影片結合**新增商品目錄**功能展示目錄中的主打商品，讓發現購物體驗更加客製化

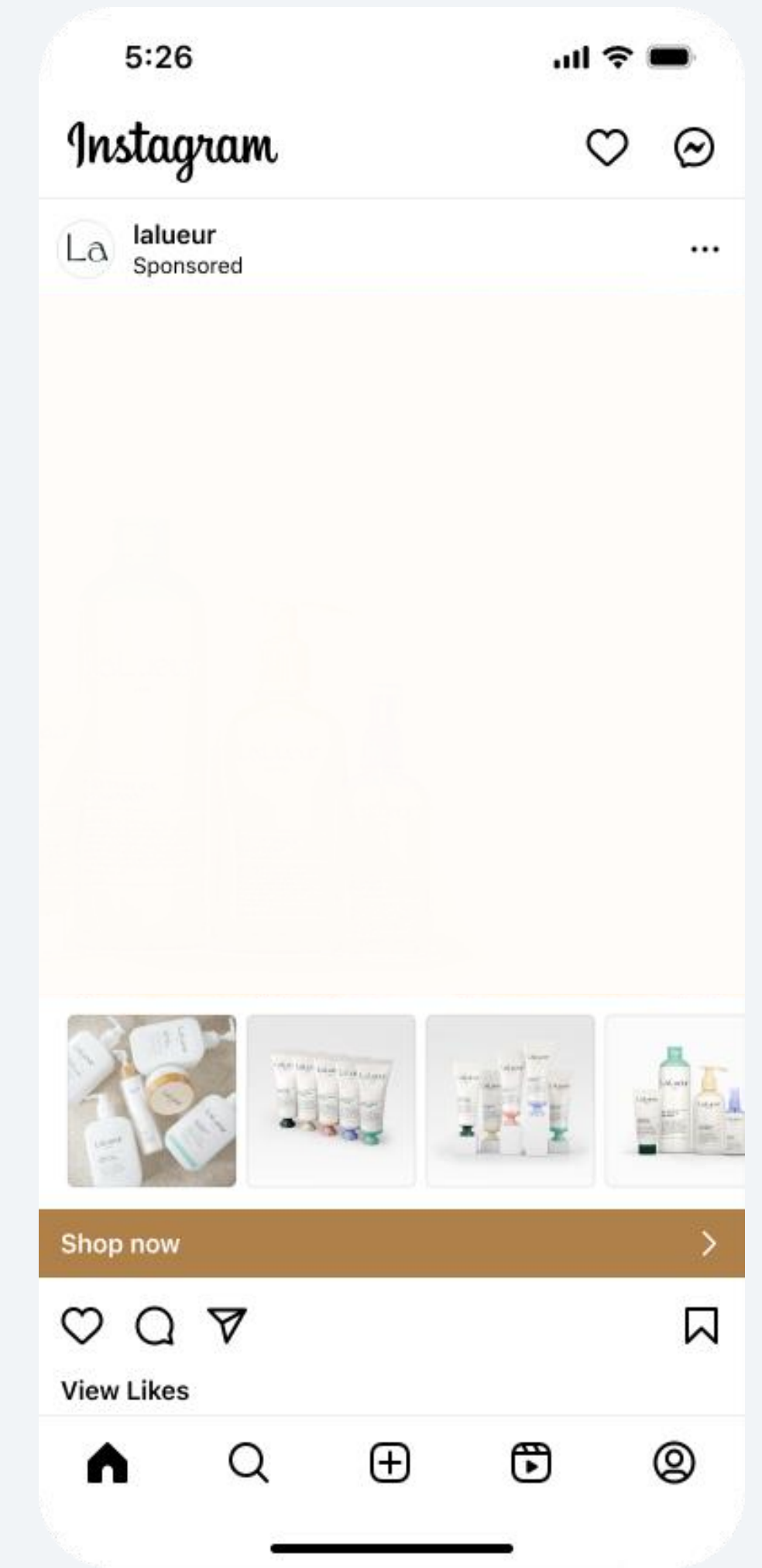
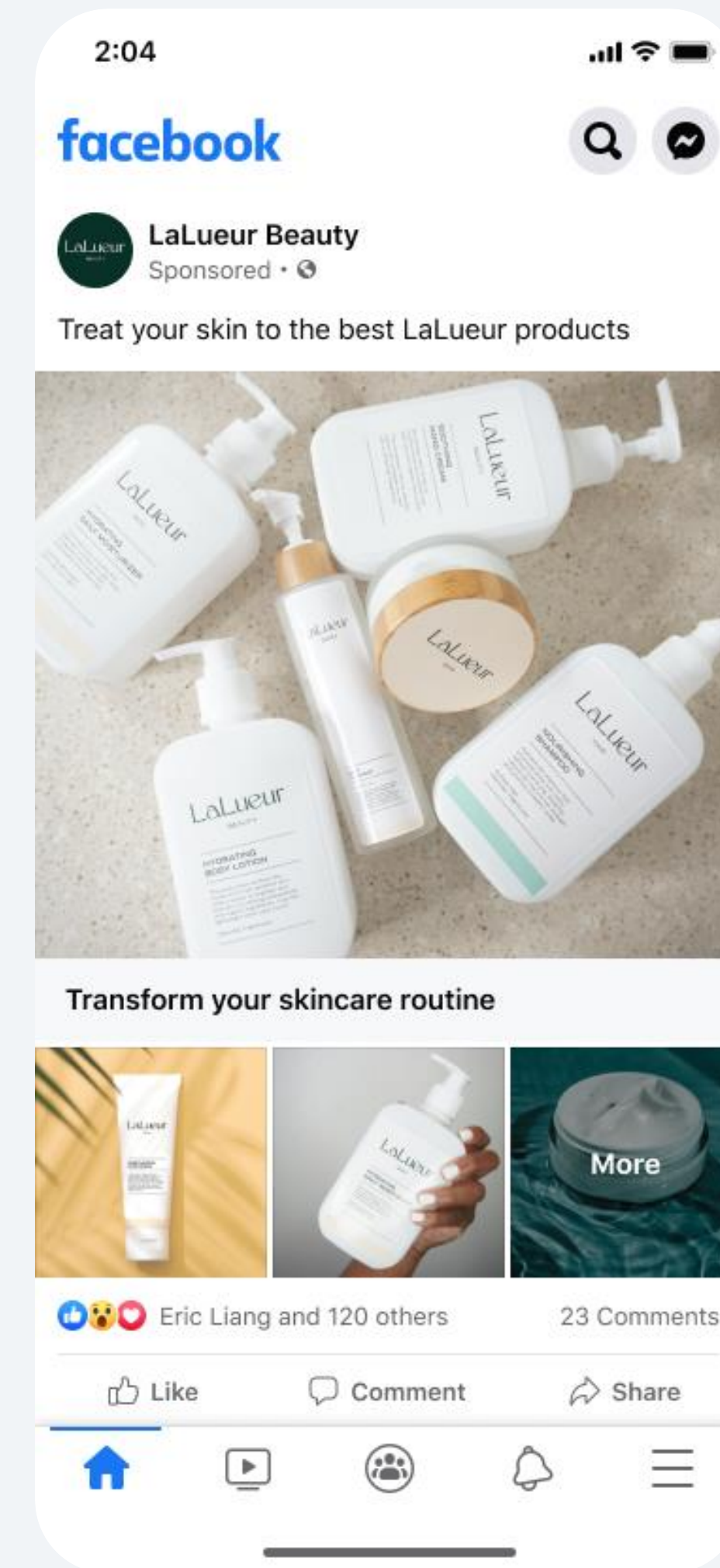
上傳一張圖像或一部影片當作廣告創意主體，Meta 的自動化系統會加入和排序目錄中的商品，再與選定的影音素材一同投遞，尋求改善成效的機會。

客製化體驗讓廣告展現多樣產品，讓用戶更加了解產品多元性找到最適合自己購買的商品。

提供最多 10 張商品圖像，再加入廣告主目的地商品詳情頁面的連結，以加快結帳速度，進而改善成效。

利用目錄中的商品組合快速提供最熱門產品，例如：

- ④ **活動促銷**：在高效速成+ 廣告創意中選擇一組促銷商品組合，以強力宣傳季節性促銷活動。
廣告將會顯示宣傳性質的影音素材和個人化建議。
- ④ **暢銷商品**：展示商品系列、暢銷商品或相關商品，提供切合每位使用者需求的商品選擇。
- ④ **新品上市**：推廣新品與熱銷產品讓用戶即時了解產品最新情報



上傳單一主圖或影片搭配最多10個客製化目錄產品，點擊產品用戶將被直接導入產品網頁並可快速結帳

Qmomo 成功案例

在單圖 / 單影片中**新增目錄商品**
驅動消費者進一步探索商品並提高
效益

台灣內睡衣品牌Qmomo於單圖廣告上使用「新增目錄商品」並搭配高效速成+購物行銷活動，來獲取更多新客戶，並提高廣告投資報酬率。與其常態高效速成+購物行銷活動相比，使用「新增目錄商品」的高效速成+購物行銷活動顯示出更佳成果。

76% 廣告投資
報酬率提升

15% 新客加入購物車
成本降低

Instagram Feed



Facebook Feed



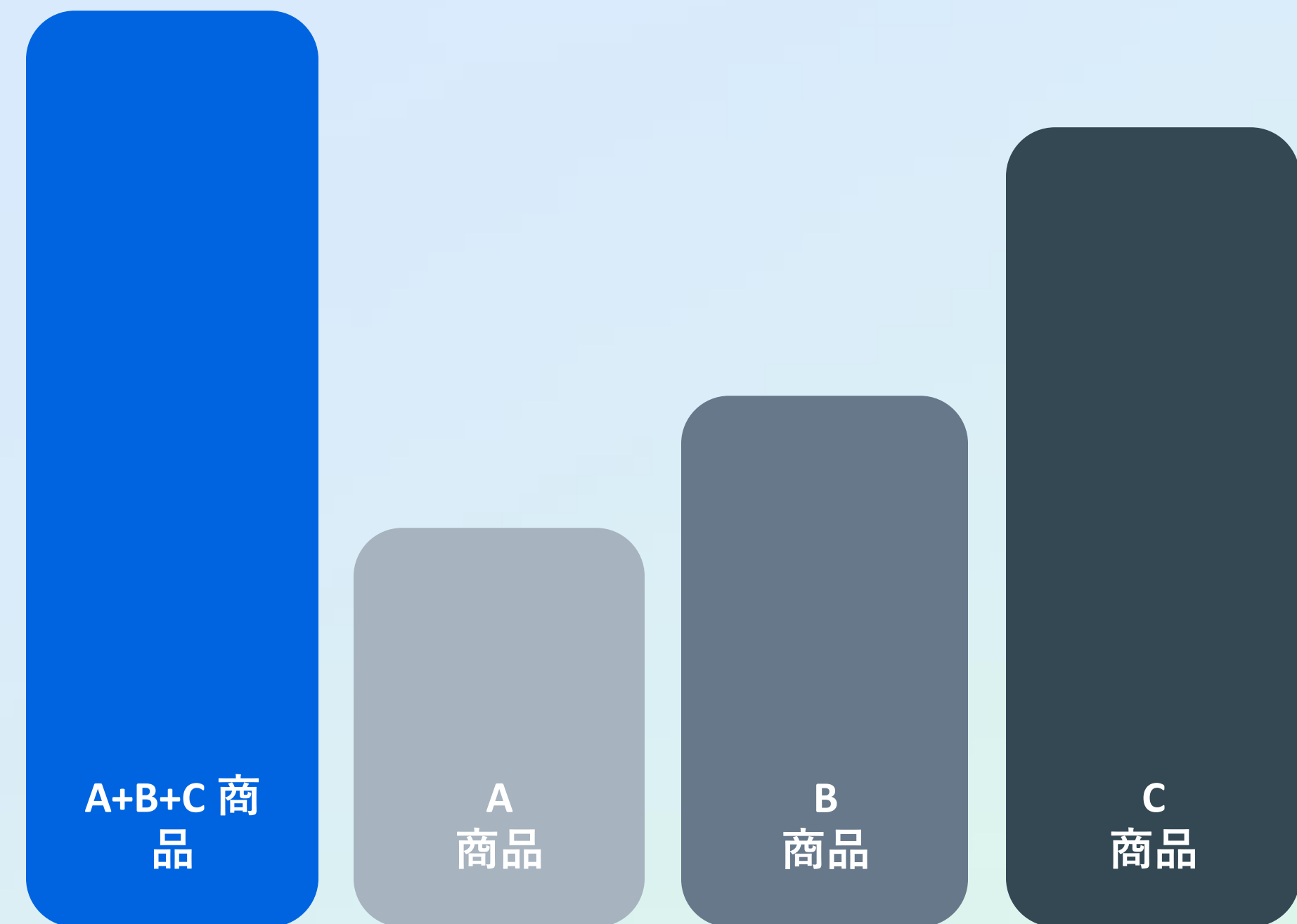
如果您的產品策略分別擁有不同的 KPI， 可以以此建議設定高效速成+ 購物行銷活動

建議作法

A+SC 是一種端對端行銷活動，可以觸及新顧客和現有客群。
一般來說，一個廣告帳號刊登一個 A+SC 行銷活動即可。

不過我們建議

1. 尋找成效最高的廣告創意／商品，並**建立單獨的 ASC** 來創造最高成效
2. 如果廣告主對於各項廣告受眾族群或業務／商品策略有**不同的 KPI**，我們建議為這些策略（例如暢銷商品、新品發表或庫存清倉）設定多個行銷活動。



廣告創意最佳化指引

您是否擁有足夠 (>10) 的廣告創意？

是

否

您是否擁有多個商品系列？

否

是

多個商品系列

1. 將所有商品系列合併成一個 ASC, 然後尋找成效最高的商品, 並 **建立單獨的 ASC** 來創造最高成效。
2. **為每個商品建立各自的 ASC**, 以擴大商品系列, 提高銷售業績。

單一商品系列

1. **根據 CTR 和 CVR 成果進行最佳化：**
 - 1) 如果主要廣告創意格式的 CTR 和 CVR 較低, 便 **導入新的廣告創意格式**。
 - 2) 如果主要廣告創意格式的 CTR 和 CVR 較高, **便加碼現有的廣告創意格式**, 例如將單圖廣告擴展為輪播廣告。
2. 將 **Reels 高效素材 (9:16有聲且重要訊息在安全區域)** 加入 A+SC 可以改善成效型廣告的 CPA 達 9.7%

您是否擁有商品目錄？

否

是

有商品目錄

1. 將商品目錄納入 ASC。
建議作法：
 - 1) 捨棄靜態目錄圖像, 改用動態的品牌置入或示範影片 (商品層級影片)。
 - 2) 結合 **新增商品目錄功能** 展示目錄中的主打商品, 讓發現購物體驗更加客製化

沒有商品目錄

1. 使用 **高效速成+** 廣告創意的 **生成式 AI 產生不同創意版本**
2. **複製** 常規行銷活動的廣告創意

