

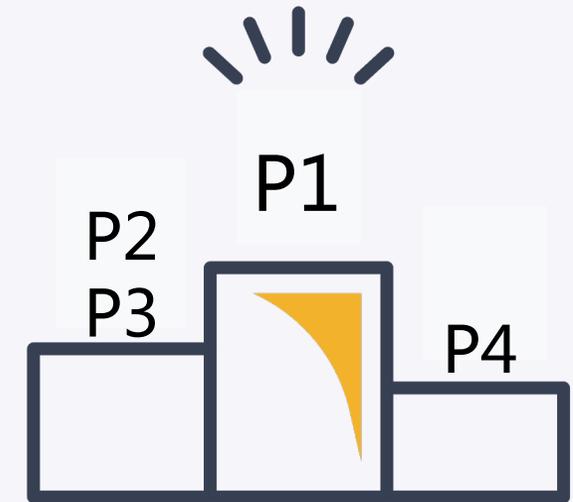
Joom Ads Einleitung zur Autobid-Funktion



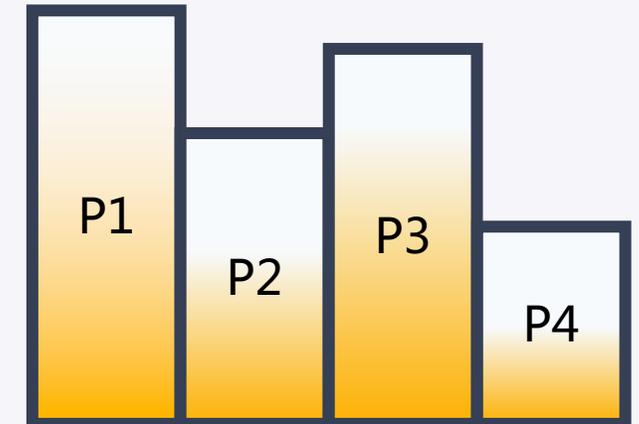
Beispiel

Kampagne A	
Produkt 1	Produkt 2
Budget: 50 €/Tag	
Werbeaktion B	
Produkt 3	Produkt 4
Budget: 100 €/Tag	

Annahme
Kaufwahrscheinlichkeit
einzelner Produkte



In den meisten Fällen sieht
das Autobid-System wie
folgt aus →



Auch...

In Wirklichkeit kann Joom den Algorithmus wie folgt einstellen



- P1 = 0,1 €
- P2 = 0,025 €
- P3 = 0,05 €
- P4 = 0,001 €

In Wirklichkeit kann Joom Sie wie folgt belasten

- P1 - 0,05 €
- P2 - überhaupt keine Aufrufe ❌
- P3 - 0,025 €
- P4 - überhaupt keine Aufrufe ❌



Variablen, die das Autobieteren beeinflussen können:
Kampagnenbudget und **Kaufwahrscheinlichkeit**



Benutzerabhängiges Autobieteren



Beliebte Produkte in einer Kampagne können den Großteil des Budgets verschlingen.

F1: Wie beeinflusse ich die Gebote der einzelnen Produkte im Autobid-Modus?

A: Verkäufer können im Autobid-Modus die Gebotserstellung für einzelne Produkte nicht konfigurieren; sie können jedoch das Kampagnenbudget erhöhen/verringern, um mehr/weniger Besucherverkehr anzuziehen.



Beachten Sie, dass im Autobid-Modus das tägliche Kampagnenbudget fast immer in voller Höhe ausgegeben wird.

F2: Wie werde ich belastet, wenn ich dasselbe Produkt zu mehreren CPM-Kampagnen mit Autobid-Modus hinzufüge?

A: Nur das Produkt in der Kampagne mit dem größten Budget wird beworben.

F3: Warum brauche ich die Autobid-Funktion, wenn es bereits CPM gibt?

A: Autobid ist auf Benutzer mit der höchsten Konvertierungswahrscheinlichkeit ausgerichtet und setzt automatisch Höchstgebote, um diese Benutzer anzuziehen, während das CPM-Gebot für alle Benutzer konstant gehalten wird.

Wir stellten fest, dass die Autobid-Funktion die ACOS für die Kampagne im Durchschnitt 1~2% reduziert. Geringere ACOS bedeuten effektivere Werbung und größere Gewinne für die Verkäufer!

F4: Faustregel für Joom-Ads

1. Versuchen Sie CPA (völlig risikolos) Wenn es nicht wirkt 🙅
2. Versuchen Sie es mit CPM (mit Autobid). Die Risiken sind höher, aber Sie bekommen Aufrufe.

Sie können das Tagesbudget ändern, wenn das Ergebnis nicht zufriedenstellend ist.

3. CPM (ohne Autobid) erhalten Sie die volle Kontrolle über das Bieten.