

2025 Shoplazza 独立站 & TikTok Ads 实践指南



启程 TikTok 广告之旅,解锁全球营销新篇章 店匠团队匠心呈现「店匠Shoplazza + TikTok Ads 实践指南」 从认识 TikTok 广告潜力,到精通账户设立与操作 全方位助力独立站营销,触达全球商户

目录

Shoplazza 独立站安装 TikTok Ads

- 1. Shoplazza 独立站广告账户注册
- 2. Shoplazza 独立站店铺操作指南

如何开启 TikTok Ads 广告投放?

- 1. TikTok Pixel 创建与获取
- 2. 广告投放 Step by Step
- 3. TikTok 广告投放 Checklist
- 4. TikTok 广告如何计费
- 5. 广告创建失败常见问题 Q & A

TikTok Ads 进阶视频广告投放技巧

- 1. 广告创意制作
- 2. Showcase TikTok

Shoplazza 独立站安装 TikTok Ads

1. Shoplazza 独立站广告账户注册

• 在什么地方开启 TikTok?

已有 Shoplazza 独立站店铺的商户,可直接前往您的店铺后台左侧工具栏找到 TikTok ,点击进入 TikTok 广告营销页面。

▲ 主页 □ 订单 ● 商品	Тікток	▲ 主页 □ 订单	
 客户 管封 山 数据 	TikTok 258	 ✔ 商品 ▲ 客户 ♀ 宮朝 □ *# 	TikTok For Business O V
D1 博客 财告派派 > 青 在线商店	सर्वणवस्त्राध्यस्यः, गणगान्तां सार्ग्यवस्त्राध्यस्य गणगान्त्रस्य । TikTok Catalog	IIII xx缩 目i 博客 销售渠道 >	TikTok 商务中心账号
G Google d' TikTok # 00 Facebook	局参加活動的局品。在Stoplazza上对局品所做的更改会在TATAL上自动同步和更加。 TikTokrJN语	雷 在线商店 G Google む TikTok 事	TikTok 广告账户 广告账户管理 连接你的 TikTok 广告账户、您需要管理员或操作员权限访问您的 TikTok 广告账户
 Snapchat AdPilot Microsoft 	TikTok Shap 同步说话辅助局高层 TaKta Shop,在Shaplaza上对高品所做的更改会在 TaKta 上自动同步和更新	00 Facebook Snapchat	新社 TikTok Ads 创建广告规户
应用 > ✿ 设置		 ☑ AdPilot Microsoft 	数遅共家 ン
		✿ 设置	要众 ~
			详细了# TinTek Marketing

1. 店铺后台页面

2. 设置 TikTok 营销

- TikTok For Business 账号:适合希望在 TikTok 上推广业务的企业,提供品牌展示、数据分析和 营销工具等功能。
- TikTok 商务中心账号:更高级别的企业账号,提供更多管理权限和转化功能。
- TikTok 广告账户:专门用于在 TikTok 上投放广告的账户,提供广告创建、管理和受众定向等功能。

参考文档: TT4B 账户注册 | TTBC 账户注册

1. 关联 TikTok For Business 获取账号信息

点击关联跳转至 TikTok 页面,输入账户密码登录账户以后,确认关联。如还未注册则需要注册账号以 后再登录账户确认关联。

● 主页 □ 订単 ● 商品		← 设置 TikTok 營销	TikTok: For Business	Tik Tok: For Business
4 客户 第 営務 山 数据 目 特容 国本利	>	Tatité for Busines 20 Toche for Busines 같 R Tatité for Busines R R R R R R R R R R R R R R R R R R R	Log in Continue as scount yet? Sprice was	Sign up Annoly that an account? Log in Ereal Use phone
■ 在紙稿店 G Google d TikTok ○ Facebook		■ 「除する 商券 中心振号 シー	Email Use phone Enter your enail actives Password Forget password	Prese entry paor and Loders. Patament Var passward must be 6-30 characters
AdPilot Microsoft	,	TR/tok/TBMP ~	Enter year passesed	Developed and accounted on the second s
O 12M		現立 ・ ・ 	♂ Log in web Table Hearing proteines logging in web Table?	🖉 Biger up sam Tattisk
		3. 进入关联界面	3.1 已有账号登录界面	3.2 没有账号注册界面

完成登录以后,接受对应条款会跳转至关联界面,确认账户信息无误后确认关联即可

▲ 主页		← 设置 TikTok 营销
 ◆商品 客户 ○字营销 □川数据 □i博客 		TikTok For Business 关联 TikTok For Business 获取账号信息 美联 TikTok For Business
销售渠道	>	关联您的帐户,即表示您同意我们的 <u>TikTok 商业产品(数据)条款</u>
G Google		TikTok 商务中心账号
	•	
Snapchat		TikTok For Business X
AdPilot		×
Microsoft		L ID:
应用	>	×
✿ 设置		
		确认关联?
		取消 关联

2. TikTok 商务中心账号

该步骤主要是允许 Shoplazza 关联 TikTok 商务中心账户,允许 TikTok 能成功授权访问店铺商品目录 并进行业务页面和商品、商户管理。关联成功后会生成店铺的 BC 码 以及对应 ID。

 ▲ 主页 ④ 订单 ④ 示品 	← 设置 TikTok 营销
 ● 商品 ▲ 客户 ◎, 营销 	TikTok For Business 📀 🗸
ull 数据 Bi 博客	TikTok 商务中心账号 允许 Shoplazza 关联 TikTok 商务中心账号,授权访问您的商店管理工具、业务页面和商品目录。
销售渠道 > 習 在线商店 G Google	管理点 Shoplazza balunmiao-shoplazza BC 20241106174815 Li: 7434100844292997137 文联
TikTok Ov Facebook Snapchat AdPilot	が许 Shoplazza 创建 BC 账户 ・ ・ ・
Microsoft 应用 >	TikTok广告账户 ~
♀ 设直	数据共享 ~
	受众 ~
	详细了解 <u>TikTok Marketing</u>

需要允许创建 BC 账户

3. TikTok 广告账户创建

此步骤是成功开户的关键,主要是创建 TikTok 广告账户,或者将 TikTok 广告账户授权给到店铺。

① 此步骤资料提交前,请先扫码添加「店匠客户经理」企微,确认填写信息准确性再提交,以保证下户成功率。



添加企微-确认开户信息

 ▲ 主页 □ 订单 		← 设置 TikTok 营销	
 ● 商品 ● 客户 ◎ 营销 		TikTok For Business	• •
□川 数据 Bi 博客		TikTok 商务中心账号 允许 Shoplazza 关联 TikTok 商务中心账号,授权访问您的商店管理工具、业务页面和商品目录。	• ^
销售渠道 雷 在线商店 G Google	>	S Shoplazza B	停止关联
 TikTok Facebook Snapchat AdPilot 	*	TikTok 广告账户 连接你的 TikTok 广告账户,您需要管理员或操作员权限访问您的 TikTok 广告账户	广告账户管理
Microsoft	>	前往 TikTok Ads 创建广告账户	创建
✿ 设置		数据共享	~
		受众	~

授权账户信息

在「创建广告账号」时需注意,国家地区需与注册账户公司营业执照地区保持一致,填写完「国家/地 区」、「时区」、「公司名称」信息,往下划填写「营业执照编码」和「上传营业执照」,有缺失信 息将会导致开会失败。

营业执照主体地区为「中国大陆」或「中国香港」才能领取「消耗返赠 Coupon」 ,如您不确定请 扫码联系我们客户经理咨询确认。



添加企微-确认开户信息

▲ 主页 □ 订单	← 设置 TikTok 营销	
● 商品 ● 客户 ◎ 常销	TikTok For Business	• •
all 数据		
各时 16日	创建 TikTok 广告账号	◇ ヘ 和商品目录。
領貨渠道 >		
習 在线商店	国家/地区	停止关联
G Google	请选择	•
d Tiktok	货币	
00 Facebook		广告账户管理
() Snapchat		
AdPilot	账号名称	
Microsoft	balunmiao-shoplazza-Shoplazza	创建
庭用 >	时区	
\$ 18 1	请选择	•
	行业	
	请选择	•
	公司名称	Ť
	请输入公司名称	
	勾选即表示您已阅读并同意 <u>TikTok Ads Program Terms</u>	
	取消	

		_
Create a TikTok Ads Account	×	
Country/Region		
Please select 营业执照地区	•	
Currency		
USD	Ψ.	
Account name		
stephanie0925-Shoplazza		
Timezone		
Please select	•	
Industry		
Please select	•	
-		
	Cancel	

广告账户创建

广告账户创建

- 开户指引和操作指南 Q&A
 - 账户创建资料提交注意事项?

模块	字段	说明
	Business Name	开户主体,请填写营业执照或资质证书上的公司名称。
	Business Registered Area	请选择公司注册地。
Step1 Business Information	Business License	请上传一张营业执照证书图片,格式为JPG/JPEG/PNG, 不大于10M。
	Business License Number	营业执照编号,请填写已上传的营业执照上的编号信息。 (国内营业执照请填写统一社会信用代码)
	Qualification certificate	请上传其他相关资质证书图片,支持上传1~5张,格式为 JPG/JPEG/PNG,每张不大于10M。 注意:代理商创建注册地为法国、巴西、墨西哥的广告账号 时必填。
Step2 Account information	Ad Account Type	请选择申请开通的广告账户类型, Bidding advertising account支持投放竞价广告, Branding advertising account 支持投放品牌合约广告。
	Time Zone	请选择广告账户时区代码。
	Business Industry	请选择广告账户行业。

开户所需资料明细

- 独立站搭建至什么程度才能开设广告账户?
 - 独立站搭建至满足广告平台的基本要求、具备合规性、网站质量、业务真实性和广告素材准 备等条件时,即可开设广告账户并投放广告。在开设广告账户和投放广告过程中,务必遵守 平台规则、保护用户隐私并定期维护和更新独立站。

2. Shoplazza 独立站店铺操作指南

• 可点击以下链接获取 《独立站 0-1 开店指南》,轻松搭建自己的独立站店铺。

如何开启 TikTok Ads 广告投放?

1. TikTok Pixel 创建与获取

- TikTok Pixel 是什么?
 - TikTok Pixel 是追踪和分析 TikTok 广告转化效果的一种重要工具,用于在网站上安装和启用 TikTok 用户跟踪,作为一种网站事件管理工具,可以帮助卖家更好地了解客户在网站上的操作 行为跟踪。
- TikTok Pixel ID 创建
 - 用户需要登录 TikTok 广告账户,选择广告管理账号平台,进入对应账户平台,选择「工具」选
 项,并在下拉中选择「事件」
 - 随即跳转至事件设置页面,在左上角选择「关联数据来源」,并在对应弹出窗口选择「网站」,点击下一步
 - 网站:这里的网站指商店网址,由于我们是独立站商户,所以选择网站选项
 - 应用: 该应用定义为 APP 数据信息同步
 - 线下:此定义为线下实体商店数据信息同步



广告账户登录界面

广告账户选择



工具及事件选择

关联数据来源

 完成对应数据来源的选择,这一步我们需要将独立站店铺与广告账户绑定,作为数据来源,这里需 要添 Shoplazza 网址 独立站店铺网址获取方法:店铺后台 - 点击右上角店铺 ID - 下拉框内容即可看到店铺网址

😑 💿 TikTok: 🕬	微理甲台 板克 指厂 工具[●] 分析 CMU Max	🗯 SHOPLAZZA			 0 A = - ()
<u>0 xtraza</u> © 87 ₩ акез	Protection Bit March	 ● 二川 □ □ □ ● 月風 ▲ 市下 ● 月風 ▲ 市下 ● 月風 ● 月風 ● 日本 ● 日本	TARIOK TATAOK	EF ERSE TISAL LEATING ERSE REFERENCE ISAL LEATING ERSE ERSEARCH ISAL LEATING ERSEARCH ISAL LEATING ERSE ERSEARCH ISAL LEATING ERSEARCH ISAL LEATING ERSE ERSEARCH ISAL LEATING ERSEARCH	0389 0389 0389 0389 0389

添加独立站店铺网址

店铺网址获取方法

复制并补充好网址,下一步选择数据连接方式,选择「手动设置」
 Google Tag Manager: 在这里主要是用来整合其他营销渠道的广告营销数据;
 其他合作伙伴集成设置:市面上现有海外的 SaaS 网站搭建工具;
 手动设置:可补充链接除上述网站外的其他网站链接,如 Shoplazza 店铺;

④ 关联数据来源	事件管理平台
〕首页	任务 以下是关于如何关联数据实验的一些建议
5 数据来源	完成设置 TikTok 像素 + 事件 API 连接 选择数据连接方式 × 要显示活动,请完成集成的设置,以便从网站发送事件、
	受影响的数据集: □ Test-22 (Pixel ID: CSQLFDBC77UA10P160 已创建数据集 □ C安装基础代码 □ C文装基础代码 □ C文装基础代码 □ C文 使用 Google Tag Manager 进行设置 推存 □ C 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2
	其他合作伙伴集成
	手动设置 ♀ 请按照指导说明连接你的网站。我们为你提供了多种连接方式,无论你是否拥有开发人员资源,都能获得支持。了解更多
	返回

在选择连接方式时,选择「TikTok 像素 +事件 API」为连接方式,这两种方式结合起来就是将
 Shoplazza 独立站店铺和TikTok广告数据完整打通,随即下一步自定义名称即可

TikTok 像素:用于广告主了解用户在网站上的操作行为,进而用于衡量广告成效; 事件 API:是允许广告主直接与 TikTok 共享有关其网站、应用或线下渠道上的用户操作的信息;

⊙ 关联数据来源	事件管理平台					😑 💿 TikTok: 🖆					
<u>ه ۳۳</u>	任务	选择手动连接方式		:	×	⊙ 关联数据未源	事件管理平台				
E nees		BURGENT PART BURGENT PART CONTRACTOR CONTR	COLUMN COLUMN FIRE, UNDER OUT SHOULD COLUMN FIRE Tarke EE Tar	ецании. Антелевителени еден очна Катара и и и и и и и и и и и и и и и и и и 	11年933年 (7733894) (7733894)	ο x Unica 4 3		セス - Eff An SZERE ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・	GRORE Minusk, Anorazoa, ezzolarientopenoa, Jergesea Mat	X	3305 W
									道田	±162	
											_

选择数据连接形式

自定义像素名称

 在像素+事件设置指南中,我们只需要创建像素名称即可,后续 2-8 无需设置,Shoplazza 后台对 应功能已配置好,这里可以直接跳过,下一步即可。在「实现时间 API」中复制出 Pixel ID,保留 页面回到 Shoplazza 后台。

E 💽 TikTok: 🖙 🕫	王 💽 TIKTOK:『音智理平台 単正 出厂 工業 ⁹ SHF GAV MAX —								
⊙ 关联放起来型	事件管理平台				⊙ 关联数据来源	事件管理平台			1
© 20. 1= 20.00+20	任务 以下是关于如何关联数据来源:	像素 + 事件 API 设置指用 ・ 10課像素	安装基础代码 ×	透的事件	 ● 第四 章三 取組承認 	任务 以下是关于如何关联数据来源:	像素 + 事件 API 设置指南 ✓ 安装基础代码	实现事件 API 你可以自着以下说明, 近得其迷惑的开放人员, 以了解放何其简单件 API, 然后, 使可定说通用的所有事件活动,	< (1918)
	完成设置 TikTok 像別 要認示活动。请完成:	2 安装基础代码	四 将说明家这的电子都隔	488-12530			✓ 管理配置	55 #R##8310-7#W	ARMA
	受影响的数据集: 西 Test ごが建設発電	3 BURR	1. 其利基础代码 <>→ TidBut Road Cade Start →>			受影響的数編集: 日 test	✓ 设置事件	◎ 开始使用 他将你可以以为问题希望环境升程有这里所能的开发人员贫困。 ● Profile : SALICCE271098464189660	
	REAL R	 4 以至非件 5 他还像用设置 	<pre>cocipio- function (w, 6, 0 { w/31isk/edu/stacleter.tow fbg=ed[0+ed[0]].fbg=netfods+ [Page/Text/Chamily/TextancesTdebug/Text/effore/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/CockerTdsade/CockerTexas/Texas/ [Page/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/Texas/</pre>			12:15:5 B	✓ 检证像素设置	1 ###2008	
		⑥ 设置业务期终	dCreaserTrevealeConsertTrevealeConsertTransConsertTransactiontConsertTrevealeConsertTrevealeConsertTransactionsConsertTransactionsConsertTrevealeConsertTrevealeConsertConsertTransactionsConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConsertConse			完成设置 TikTok 像非 要显示活动。请完成	 >>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>>	1. 二基因的子校》 因何令你可见记录算件 APL、每次定起调用时、影響整要用估估令情、 生成令情感、语确复影令情、出于安全考虑、TATeA 不会保存令情。	
		 7 实现事件 API 8 验证 eAPI 设置 	(par x = "the physical data black constRelations(beneficial and the partner; the _i=143_U[[11040]+ [[11040]_v=(the _i=110U][11U][0]===mm Cata(110v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=010_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v=000_v	A10P15092		受影响的数据集: 巴 Test 巴尔提到级集	✓ 验证 eAPI 设置	超 (that (5)) 令称	SARHE
			(a) Second Se			12.12.16.22		2. 通过 API 发送事件 获得收缩后, 选择联从局势最发送的事件, 建议至少选择 3 个事件, 送册要发送请求并设置有效取得。	
			Па, Банг ("DULCCE/T/WHITHYNO?"); Па, Банг) (" (window, document, "trop"); «/window, document, "trop"); «/window, document, "trop"); «/window, document, "trop"); «/window, document, "trop"); // Палана, "trop");					激減 POST 请求 要求过新事件。请从以下签册与问该 Are 的现在来说 POST 读求: <u>boom_anich_Resentioned</u> 发传到起现在时,THTA 会创建新的服务者事件。	
			15日 アージ					返回 下一步	AIOP

在 应用商店,找到 「聚合 Pixel 」并安装 APP,这里建议将 APP 固定至应用栏,下次使用能够快捷开 启

快速跳转: Shoplazza 应用商店

🎽 SHOPLAZZA App Store 🔍 聚成 🔹 技具形成党友用 - B 退出登录	💕 SHOPLAZZA		balunmiao-shoplazza ID:11247
	合 主页 □ 订单	应用	管理私有应用 访问应用商店
"聚合"的搜索结果 🕐	● 商品 -	已安装应用	
	© 2前	0.1975	
操序方式: 量匹配 ~	nil 2010	4 RA	
R合Pixel CartSee 万兴撤编	Di 148	获会Pixel	*
集成所有的媒体展进Pixet于一体、集中管 集成所有的媒体展进Pixet于一体、集中管 Up Email Marketing, Campaigns, Flow & Pop 現現目地最升级的广告效果 Up Ling III Anteeting, Campaigns, Flow & Pop 成別因文成十、一環成片、小白色感経。	新生活語 >		ą
角质 ★ 50(0) \$30/月起 ★ 新光评论 \$39.9/月起 ★ 新光评论	G Google		
	d' TikTok	(子) 社交登录	ą
SolicChaty 並為相先・UniAgency企业出海営構 主要国家产品。Ξ物能「平台(支持会 曲式研究方案 払助相先、UniAgency企业出海営構 出式研究方案 SolicSmonthy都特置額 上のMayney/MaxiMBUT還的出版「音響 SolicSmonthy都特置額	⊘ Facebook ⊖ Snapchat	(回) 满近代潮	р
被服务平台,超供出港广告账户管理、	AdPilot	■ 振歩销售	ą
免费 ☆ 留元评论 免费 ☆ 留元评论 免费 ★ 10.77%	E Microsoft		
5 SaleSmartly: 說遠客服標天長統	毎期 >	1 商品推荐	ą
全重選客户均遵平台(支持6, ws, ina 等调意)、4的能力、加以称作、8%。	聚合Pixel	6 商品置顶	ą
免费 全 49 (11)	¢ 02	स्ति Add to Cart छि	a



将应用固定至应用拦

打开「聚合 Pixel」,找到 TikTok ,选点击添加,选择手动添加 Pixel ,并设置好对应的名称,粘贴 我们在 TikTok 广告管理账户后台复制的 Pixel ID ,确认即可。

# SHOPLAZZA		•••••	# SHOPLATEA		# SHOPLAILA		
A 2.5 → 2.8 → 2.8 ↓ 8.4 ↓ 9.4 ↓	Note: 0 Interver 0 United: 0 United: 0 Interver Note: 0 Interve	A820	A 25 B 25 C 45 C 45	Control Contro	A 23 A 24 A 24	© 8×10 ♦ Onema © Image 2 This © Trends © Frankle © Harris © Harry Paris TR 4 North O Harris © Harris © Harris 1 October 1	
	添加 Pixel ID			输入名称及Pixel ID		完成绑定	

- Pixel 绑定注意事项
 - 使用 Shoplazza 聚合 Pixel 去绑定 TikTok Pixel,相当于默认配置了 Shoplazza 独立站的基本 固定事件和参数(Pageview、查看内容、加入购物车、发起结账、添加支付信息、购物、搜 索),无需商家再创建业务漏斗,跳过「创建业务漏斗」步骤即可。
 - 可在 TikTok 广告管理平台或移动设备上预览广告。广告预览不会扣费,但可以帮助商户确认
 Pixel 是否已正确绑定。

2. 广告投放 Step by Step

广告创建流程:设置推广系列→设置广告组→设置广告→链接独立站

2.1 设置推广系列:

设置推广系列主要有2个步骤:

• 根据你的广告策略设置推广目标:

📃 🕛 TikTok:广告管理平台	概览 推广	工具●分析	GMV Max		
覆盖人数20241120135412 + :			難 此 の 中 述 は の に の に 、 の 、 の 、 の 、 、 、 、 、 、 、 、 、 、	 ・●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●	◎ 小猫⇒



三种推广目标对应不同阶段的业务需求:

。 受众意向主要为了吸引更多用户访问你的网站、点击视频、访问账号,开发潜在用户;

- 行为转化主要为了吸引用户进入你的网站并成功下单。对于电商卖家来说,最常用的是转
 化量。
- 设置你的推广系列的基本信息:

根据商户自身实际的业务需求,选择是否开启"创建拆分对比测试"、"推广系列预算优化"或"设 置推广系列预算"。

■ Co TikTok:广告管理平台 概范 推广 工具● 分析 GMV	dax	Û
覆盖人数20241120135412 + :	○线索收集 >	
	○ 网站转化量 >	
	○ 商品销量 >	
	☆隐藏	
ſ	·设置	F
	覆盖人数20241120135412	
	特殊广告分类 在下方选择住房、就业或信贷推广系列,即表示本人保证不会利用 TikTok 在与住房、就业或信贷相关的广告中歧视具有受保护特征的人群,且遵守 TikTok 的特殊广告类别政策。重 看详情 没有要声明的分类	
	创题拆分对比测试 通过拆分对比测试,分析你的广告策略,获得更多关于广告的洞察,重看详情	
	11 第八 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10	
	70.00	
	总预算 > 50.00 以上 USD	

2.2 设置广告组:

接下来需要设置广告组名称、推广对象类型、版位、投放放松、定向、预算&排期、出价&优化。

- 推广对象类型设置
- 版位:一般来说,电商卖家只需选择「编辑版位」中的 TikTok 版位即可。版位选择越多,你的广告预算就会消耗得越快。并可以决定是否开启评论和视频下载。
- 创意投放方式:假如你想要对多个广告素材的文案、视频、CTA 按钮进行自动排列组合,可以打开 这个按钮。
- 定向:指的是你想锁定的目标用户,在这部分的关键是「受众」。假如你对受众画像比较清晰,可
 以创建自定义受众和相似受众进行更精准的广告投放。



推广对象页面设置

NANC ALANCARAMANANANANANANANANANANANANANANANANANAN	创意投放方式
	◇ 程序化创意 ② 创建多个创意素材资产组合,包括视频和广告文案。广告投放期间将自动向您的受众展示可以达到最理想效果的组合。 查看详情

版位设置

预算&排期

创意投放方式

 预算&排期:根据你的业务需要来设置广告投放的预算和时间。一般而言,建议设置日预算至少20 美刀以上。

预算	
日预算 个 20 以上	USD
日预算	
总预算	
● 从排定的开始时间起持续投放广告组	
2022-07-10 14:01	
○ 在某个时间范围内投放广告组	
分时段	
全天 🕜 特定时段 📀	

出价&优化:你可以选择优化目标和竞价策略。新手建议选择最低成本模式出价,系统会根据广告
 组的预算生成尽可能多的成效

出价&优化	
优化目标 💿	
转化	\sim
竞价策略 成本上限 平均成本稳定在出价附近或低于您的出价	
● 最低成本 获取最多的成效数	
≫ 高级设置	

2.3 设置广告:

最后,你需要设置广告的广告名称、广告发布身份、推广对象。

 广告发布身份:你可以选择授权账号投放 Spark Ads(一般用于红人营销),也可以选择自定义的 头像和名称投放广告。

广告发布身份
使用 TikTok 账号投放 Spark Ads < <p>Ø</p>
申请使用 TikTok 账号个人帖子的权限,然后使用该账号的身份投放广告。 查 <mark>看详情</mark>
设置自定义身份 🕜
🔸 test 🗸 🗸
+ 创建新自定义身份

• 推广对象:通常选择单视频,你也可以选择精品栏广告,添加快速即时体验展示商品。

广告版式
〕 单视频 创建一个单视频广告或制作视频
▶ 精品栏广告 我们将提供一些附加创意的组合。

你可以从电脑中上传广告素材、从你的视频素材库中选取已经制作好的,或者点击"立即制作"在线 制作广告素材。

创意素材		
视频		
+ 从电脑中上传	+ 从素材库选取	+ 立即制作

为广告视频输入一个文案,需要使用目标市场的当地可接受的语言,假如你不知道怎么写,也可以选择智能文案,根据你选择的行业、关键词和投放语言自动生成文案。

广告文案 🕜	
请输入你的广告文案	0/100
智能文案 ⑧	

深阶层广告投放可参考: E TikTok Web Ads 零基础入门手册

3. TikTok 广告投放 Checklist

账号设置	基础设置
账户结构	推广系列:建议按照国家来命名 广告组/计划:建议按定向、不同事件、广告样式、素材方向分组 广告:建议按照自定义规则命名
账户搭建	推广系列:广告组:广告素材的搭建一般建议: (1)1个推广系列:N个广告组:1个素材(每个广告组内) (2)1个推广系列:N个广告组:3个素材(每个广告组内)
版位	可先只选择 TikTok
出价	 (1)前期可适当提高出价,建议不要太高,容易降不下来 (2)参考历史账户或同行业成本情况出价 (3)避免频繁调整出价设置,最多一天不超过2次,避免夜间大幅提预算 (4)新的广告组在冷启动阶段(即转化达到50前)模型在学习,会有超成本或者波动的现象。过了冷启动
预算	(1)不建议在推广系列层设置预算,可直接在广告组层级进行预算控制(2)根据流量平均分配预算,保证在流量高峰期有充足预算,每周五及时充值(3)新建广告组预算需保持充足,不要因为预算限制导致成本波动

定向	(1)流量小的地区不建议做定向,可以根据产品必要性选择年龄或性别即可 (2)避免定向过窄:避免多个计划使用相同的过窄的定向
其他	(1)素材更新频率:每2-3天上新,至少每星期上新一次(2)优秀素材进行合成,选择程序化创意投放

4. TikTok 广告如何计费

要了解 TikTok 广告计费的方式,主要包括预算和出价两部分内容:

4.1 预算

日预算和总预算。预算在整个推广系列运作期间可以随时更改,系统的支出不会超过你设定的预算。

目前推广系列层级的预算下限是 50 美元,在广告组层级的预算下限是 20 美元。

4.2 出价

出价指你希望为用户看到你的广告后所采取的行动支付多少费用。有四种出价方式,分别是 CPM、 oCPM、CPV 和 CPC,你可以根据不同的推广目标,选择不同的出价方式。

- CPM(千次展示成本),也就是广告每展示一千次花费的成本,系统将会投放广告,以在预算范围 内获得最大的曝光率,并触达尽可能多的客户,适用于覆盖人数的推广目标。
 - **计算方法:** (总成本/总展示次数) x 1,000
 - 计费点:按展示次数计费
 - 适用推广目标:覆盖人数
- oCPM(经过优化千次展现成本),是在 CPM 的基础上,以优化为目标,同时以展示为收费依据的 一种计费方式。本质上还是按照 CPM 收费,但 oCPM 可以在广告主摸清用户的消费习惯及爱好 后,为用户设置的广告展示费用。
- CPV(千次播放费用),也就是时长为6秒或2秒的视频播放一千次你所需要花费的成本。系统会 让广告在预算范围内达到尽可能多的播放次数,主要适用于视频播放量的推广目标。
 - **计算方法:** (总成本/总视频播放次数) x 1,000
 - 适用推广目标:视频播放量
- CPC(单次点击成本),是指用户单次点击广告所花费的费用,系统会尽可能以你出价的价格,将
 广告投放给最有可能点击它们的用户,适用于访问量、应用安装量、转化量的推广目标。
 - 计算方法: 总成本/总点击次数
 - 计费点:按点击计费
 - 适用推广目标:访问量、应用安装量、转化量、社区互动(主页访问量)。

4.3 如何维持日常账户优化

- 新手账户 累积数据量级,提升系统预估
 - campaign: 5-7 个 campaign 保证账户量级,不建议超过 20 个
 - 出价:拿量为主,建议设置 CPA 为实际目标 CPA 的 130%
 - 预算:出价*50,确保尽快通过 campaign 的学习期(转化>50则视为通过学习期,CPA 波动减少,趋于稳定)
 - 定向:前期建议开放定向,拿量为主
 - 素材: 建议 10 套不同素材以避免素材重复度过高
- 如何判断广告组生命周期?
 - 一般广告组的生命周期为 7-14 天,不建议过于频繁地调整广告组。
- 如何判断广告组什么时候可以加投?
 - 如量级(预算消耗比例)和 CPA 成本达到预期,则可以提高广告组日预算;
 - 建议预算调整最多一天一次;或采用复制广告组,预算保持不变的形式;
 - 一旦增加预算时,注意同时补充更多的 video 数量,eg: 5 个 video-->提升至 10 个 videos*5 个 text,有利于延长广告组生命周期
- 5. 广告创建失败常见问题 Q & A:
- 全球禁投内容
 - 假货/不正常的低价:严重低于市场价格售卖,售后问题频发
 - 促使不诚信行为:迷你摄像头、随身 WI-FI,位置追踪软件、免费观影等
 - 个人信息盗取:发放礼品,优惠券,诱导用户提交敏感个人信息
 - 不良售后行为:货不对板,虚假发货,产品质量差
 - 。 减重药品、武器刀具、香烟毒品等
- 政策影响因素
 - 通常情况下,广告主需要满足以下要求,但具体要求可能取决于你的投放地区(参阅"市场特定的要求"部分以获得更多指导):
 - 符合当地相关法律法规
 - 获得当地和区域主管机构的许可
 - 适用时应包含适当的免责声明
 - 广告必须仅限定向 18 岁以上用户

可参考资料: https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-ads-policy-financial-services? lang=zh

TikTok Ads 进阶视频广告投放技巧

1. 广告创意制作

1.1 爆款视频共性-三大感

1. 真正的爆款视频,一定是抓住了用户的心理,也就是说这些视频和用户达到了"共情",比 如戳到了用户的**痛点、泪点、痒点、嗨点、爽点。**

冲突感	生活感	差异感
很多用户都喜欢刷有冲突、有反转,能 够让人眼前一亮的视频。	很多视频之所以能够吸引人观 看,就是视频内容充满了生活	在当下这个同质化严重的短视 频领域,想要出圈,自己的视
 比如热门的性别反转、形象反转、 情节反转、惯常反转等这几种。 	 气息,观众在看到这个视频的频内容要极具特色,拉开与其时候,能够联想到现实生活中 他视频的差距,给用户一种新的方只可以在电话,你可以可以不是 	
 改变产品固有的功能场景,改变惯常的量级,以此来引发观众的新鲜感、期待感、反差感。 	的自己,产生情感共鸣、增强 代入感,也能提高用户的参与 度。	萩的差异感,吸引到流重。
比如:锯子从锯木头换成锯 iphone14,比如放惯常放 1 个鸡蛋换 成放 10 个鸡蛋。	 比如:多用受众群体的真实 生活场景,产品使用时的近 景画面、沉浸式的体验营造 等。 	

1.2 提升视频的 3 秒完播率

充分利用前面3秒抓住用户的注意力,吸引观众继续看下去

方法 1: 锚定目标人群吸引停留

通过视频的开头,点明计划/产品目标受众的群 体,使他们产生观看、停留、好奇的行为

方法 2: 突出痛点/难题

通过视频的开头,抛出人们常遇到的痛点/难题, 吸引用户好奇接下来会说到什么有效的解决方式



方法 3: 制造特异夸张开头

通过视频的开头,设计能直击用户观感神经的镜 头和情节,制造超乎寻常的夸张感和特异感,震 慑观众,并让观众产生看下去的好奇心



1.3 提升视频的整体完播率

紧抓用户的注意力,吸引用户持续把视频看完

方法 1: 跳切剪辑法

使用跳切的视频剪辑手法,使 不同叙述板块间画面与声音变 化形成连贯性,使用户流畅看 完整个视频

方法 2: 文案引导法

在制作视频中间部分内容时, 使用引导文案或序列数的方法 带着用户连贯地看完整个视频

方法 3: 超短时长法

在制作视频时可以让视频尽量 保持在15s以内的超短时长, 以提升视频的完播率



方法 4:设置悬疑法

通过视频的开头,抛出一个围绕产品的新鲜但未 有定论的话题,引发用户观看停留









1.4 提升视频的互动率

促进用户去评论、点赞、转发、收藏,提升视频活跃度

方法 1: 话题引导法

在视频或评论区里加入引人讨 论的话题或近期热门段子槽 点,吸引用户评论互动



方法 2: 创造意外法

在常规的视频情节中,可以故 意制造一些不那么刻意的意外 或者错误,吸引发现了的用户 在评论里求证引发讨论





吸引用户点击,提升用户后续的点击和转化

方法 1: 利益点刺激

在视频中用促销活动、优惠等利益点刺激用户点 击视频商品



方法 2: 语音/文字/图标引导

视频中多用语音/文字/红色箭头/指引手指图标等 引导用户点击购物车



2. Showcase - TikTok

- 广告展示案例
 - Insta360 深耕运动相机和相机稳定器垂类,通过在 TikTok 上和大量海外 KOL 合作共创有趣吸 睛的优质素材,成功积累了大量企业号粉丝和品牌爱好者。同时 Insta360 利用 TikTok 效果广 告精细化覆盖 DTC 互动人群,收获了超越同品类商家的广告支出回报率和快速的生意增长。



 Baseus 作为知名数码配件品牌,在跨境电商领域有着丰富的运营经验。入局 TikTok For Business 初期,他们以导流第三方平台店铺进行销售为目标进行广告投放,并取得了不俗的成 绩。





进阶广告商户可参考资料: E Fashion Web跑品策略