



用名單下廣告教學

Part A 建立企業管理平台

Part B 建立 Facebook 類似廣告受眾



2020.09.01

© 2020 - PRESENT YOCTOL INFO INC. ALL RIGHTS RESERVED



Part A

建立企業管理平台



(3) 企業管理平台設定

facebook
企業管理平台設定

用戶權限

- 相關人員
- 合作夥伴
- 申請
- 企業管理平台資產
 - 帳號
 - 資料來源
 - 整合
- 企業管理平台資產群組
- 企業管理平台帳號
- 企業管理平台資料
- 付款方式

相關人員

依照姓名、編號或電子郵件地址篩... 新增

管理員權限

新增資產

已指派的資產

這些是 擁有使用權限的資產。你可以查看和管理對方的權限，也可以新增或

依照編號或姓名搜尋

粉絲專頁

廣告帳號

前往
business.facebook.com
建立帳號



(3) 企業管理平台設定

facebook

企業管理平台設定

用戶權限

相關人員

合作夥伴

申請

企業管理平台資產

帳號

粉絲專頁

廣告帳號

應用程式

Instagram 帳號

業務範圍

專案

粉絲專頁

輸入編號 / 資產名稱 / 企業管... 新增

擁有者: 編號:

新增 Facebook 粉絲專頁

如果你的企業管理平台已經擁有 Facebook 粉絲專頁，請新增該粉絲專頁。如果你是代理商人員，請向客戶申請使用粉絲專頁的權限。

新增的粉絲專頁將會出現在企業管理平台。你必須是該專頁的管理員，才能新增粉絲專頁到企業管理平台。

Facebook 粉絲專頁名稱或網址

如果你獲得此 Facebook 粉絲專頁的使用權限，即表示你同意 Facebook 《服務條款》和《粉絲專頁使用條款》。

取消 新增粉絲專頁

1

2

將粉絲專頁加入企業管理平台，步驟如下：

- 1 前往企業管理平台設定。
- 2 點擊帳號下方的粉絲專頁。
- 3 點擊 + 新增。
- 4 選擇新增粉絲專頁。
- 5 輸入 Facebook 粉絲專頁的名稱或網址。



(3) 企業管理平台設定

facebook

企業管理平台設定

廣告帳號

新增

1

2

新增廣告帳號

如果你要透過企業管理平台掌握此廣告帳號的行銷活動狀況及帳單，請新增廣告帳號。如果你在代理商工作，請改為向客戶申請使用其廣告帳號。

新增廣告帳號會將其歸入企業管理平台。往後只有你的企業管理平台可以指派權限給這個帳號。一旦將廣告帳號新增到企業管理平台後，就無法加以移除。

廣告帳號編號

新增這個廣告帳號，即表示你同意收到 Facebook 寄送的行銷電子報，包括新聞、活動、最新消息及促銷電子郵件。你可以隨時前往「企業管理平台設定」的「通知」頁籤取消訂閱此類電子郵件。

取消 新增廣告帳號

新增廣告帳號至企業管理平台(需填入付款資訊)，步驟如下：

- 1 前往企業管理平台設定。
- 2 依序點擊帳號、廣告帳號。
- 3 點擊 + 新增。
- 4 在 3 種選項中選擇其中一個選項：新增廣告帳號、申請廣告帳號的使用權限或建立新廣告帳號。
- 5 如果您選擇申請使用權限或新增廣告帳號，請輸入廣告帳號編號。
- 6 按照提示操作，選擇用戶和權限層級。



Part B

建立 Facebook 類似廣告受眾



1. 進入廣告管理員

從「廣告中心」-「所有廣告」頁面下方點擊到「廣告管理員」，也可點此直接開啟：

<https://www.facebook.com/adsmanager>

2. 點擊建立行銷活動

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The title bar reads "(3) 廣告管理員 - 管理廣告". The main header includes "行銷活動" (Marketing Activities) and "廣告總期間：2019年10月15日 - 2019年10月18日" (Total Ad Duration: 2019-10-15 - 2019-10-18). Below the header, there are tabs for "行銷活動" (Marketing Activities) and "廣告" (Ads). A green "建立" (Create) button is highlighted with a blue callout bubble. The main content area displays a message: "查無搜尋結果" (No search results found) and "You haven't created any 廣告 yet." with a "Create 廣告" (Create Ad) button. The table below has columns for "名稱" (Name), "投遞狀態" (Delivery Status), "出價策略" (Bidding Strategy), "預算" (Budget), "上次重大編輯" (Last Major Edit), "成果" (Results), "觸及人數" (Reach), "曝光次數" (Impressions), and "每次成果的成本" (Cost per Result).



- 1 選擇您想要的行銷目標
- 2 視情況開啟行銷活動預算最佳化
- 3 若您沒有設定廣告帳號可於此時按照步驟設定。

廣告管理員 - 管理廣告

建立新行銷活動 ▾ 行銷活動：選擇目標。 切換至快速建立流程

行銷活動

- 目標

廣告帳號

- 建立新的

廣告組合

- 流量
- 優惠
- 變數
- 廣告受眾 (變數)
- 版位
- 投遞最佳化
- 預算和排程

廣告

- 身分
- 格式
- 影音素材
- 文字和連結

關閉

行銷活動花費上限 ⓘ 設定上限 (可選填)

發送訊息

流量

帶動更多人潮前往 Facebook 上或其他網路空間的目的地，例如網站、應用程式或 Messenger 對話。 [瞭解詳情](#)

行銷活動名稱 ⓘ 流量

建立分組測試 ⓘ 開啟

針對廣告創意、版位、廣告受眾和投遞最佳化策略進行 A/B 測試。 [瞭解詳情](#)

變數 廣告受眾 ▾

設定廣告帳號



- 1 於「廣告受眾」點選「建立新受眾」
- 2 選擇「自訂廣告受眾」

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

建立新的廣告受眾

自訂廣告受眾 ① 新增先前建立的自訂或類似廣告受眾

地點 ① 位於 台灣

年齡 ① 18 - 65+

性別 ① 全部 男性 女性

語言 ① 輸入一種語言.....

潛在受眾： 潛在觸及人數：18,000,000人 ②

廣告受眾詳情：

- 地點：
 - 台灣
- 年齡：
 - 18 - 65+

自訂廣告受眾 觸及已經和你的商家品牌有互動的用戶。

類似廣告受眾 在 Facebook 上觸及與你最有價值的受眾類似的用戶。

詳細目標設定 ① 包含符合以下條件的用戶 ①

新增人口統計資料、興趣或行為 | 建議 | 瀏覽

排除用戶

另存為 確認 ②

https://business.facebook.com/adsmanger/creation?act=747188045742709&business_id=2057309401035562# Facebook 的投遞系統會根據最有可能獲得出色成



來源為「顧客名單」，由 Seeker 下載的名單符合 Facebook 顧客名單範本，可以簡單閱讀後點擊下一步。

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

建立自訂廣告受眾

使用你的來源

- 網站流量
- 顧客名單
- 應用程式動態
- 離線動態

使用 Facebook 來源

- 影片
- Instagram 商業檔案
- 名單型廣告表單
- 活動
- 即時體驗
- Facebook 粉絲專頁

顧客名單

使用現有的顧客資料建立廣告受眾。這些資料會先經過離線處理再進行上傳。上傳完畢後，我們不會儲存這些資料。

取消

使用自動版位來分配預算。協助你向更多用戶展示廣告。Facebook 的投標系統會根據廣告可能獲得出色度。



回答「你的名單是否包括顧客價值的直欄？」中選擇「否」

Seeker 名單雖不包含 LTV，但紀錄了粉絲的互動偏好分數，有助您找到同樣可能產生高互動量的潛在顧客。

廣告管理員 - 管理廣告 - 廣告組合 - 編輯

新行銷活動 > 新廣告組合 > 1個廣告

Create an Audience From a Customer List

你的名單是否包括顧客價值的直欄？

顧客價值係根據顧客在你商家的消費金額和消費頻率，計算出與其相關的價值。只要在顧客名單中新增顧客價值直欄，之後就能建立以價值為依據的類似廣告受眾，並用以尋找與最有價值顧客相似的客群。

| email | phone | age | value |
|-------|-------|-------|-------|
| ----- | ----- | ----- | ----- |
| ----- | ----- | ----- | ----- |
| ----- | ----- | ----- | ----- |

是
在顧客名單中包含顧客價值

否
繼續使用不含顧客價值的顧客名單

選擇否，點擊下一步

返回 下一步

關閉 ✓ 已儲存所有編輯內容

返回 繼續



在新增檔案處上傳自
Seeker 廣告精準受眾下載
下來的顧客資料 CSV 檔

提醒：用 Excel 編輯可能
導致粉絲專頁用戶編號
(PSID) 變成科學記號

廣告管理員 - 管理廣告 - 廣告組合 - 編輯

新行銷活動 > 新廣告組合 > 1個廣告

草稿

Create an Audience From a Customer List

1 新增顧客名單上傳名單前，請確保你提供充足且格式正確的識別資料。此清單必須是 CSV 或 TXT 格式。

顯示提示

下載清單範本 (.csv)

新增 CSV 或 TXT 格式清單

將檔案拖放到這裡，或 [上傳檔案](#)

複製並貼上

2 為廣告受眾命名

為廣告受眾命名 50 x [新增說明](#)

取消 返回 下一步

關閉 ✓ 已儲存所有編輯內容

你的目標受眾選擇相當廣泛。

響，例如過去的行銷資料等等。這些數據可預估結果僅供參考。

返回 繼續



- 1 僅需要上傳 PSID 欄位
- 2 找到資料為 PSID 的部分，於右側下拉式選單選「Facebook 粉絲專頁用戶編號」
- 3 點開「輸入 Facebook 粉絲專頁編號」連結

廣告管理員 - 管理廣告 - 廣告組合 - 編輯

新行銷活動 > 新廣告組合 > 1個廣告

Create an Audience From a Customer List

4 預覽並對應識別資料 顯示提示

對應數據以上傳。上傳你的數據之前，會對你的數據使用篩選。瞭解詳情

已對應 (0) 需要採取動作 (9)

| 將直欄對應到識別資料 | 格式規定 | 範例 |
|--|-------------------------------------|---|
| 姓名 | 不要上傳 | |
| PSID 2297871050339224 2650915374927586 2266876353410509 3846070035418008 | Facebook 粉絲... 輸入 Facebook 粉絲專頁編 | 此編號對應到與你商家 Facebook 粉絲專頁互動過的用戶。這並不是指用戶的 Facebook 個人檔案。我們接受與你商家 Facebook 粉絲專頁相關... 1234567890 1443637309 1234567892 |
| 類型 超級粉絲 超級粉絲 超級粉絲 | | |

如果上方的識別碼看似不正確，修改分隔符號。

取消 返回 上傳並建立

關閉 已儲存所有編輯內容 返回 繼續

選擇 Facebook 粉絲專頁用戶編號

點擊輸入 Facebook 粉絲專頁編號



- 1 依 Facebook 指示填入粉絲專頁編號，到粉專的「關於」即可查看

廣告管理員 - 管理廣告

建立顧客名單自訂廣告受眾

4 預覽並對應資料 顯示提示

對應數據以上傳。上傳你的數據之前，會對你的數據使用隱逸。瞭解詳情。

| | |
|------|--|
| 姓名 | ✓ 姓氏 ▾ |
| PSID | |
| 階段 | 一般人 一般人 一般人 一般人 |
| 初次互動 | 2019-03-23 10:24 2019-04-03 07:57 2019-03-22 10:34 2019-04-03 07:57 ⓘ 不要上傳 ▾ |
| 上次互動 | 2019-10-10 13:41 2019-08-23 10:00 2019-10-17 13:20 2019-09-19 11:28 ⓘ 不要上傳 ▾ |

取消 新增1個粉絲專頁

詳細目標設定 ⓘ 包含符合以下條件的用戶 ⓘ

返回 上傳和建立

輸入 Facebook 粉絲專頁編號

你可以在粉絲專頁書籤中找到 Facebook 粉絲專頁的編號。

取消 新增1個粉絲專頁

1 2



其餘 8 項資料皆於下拉式選單
選擇「不要上傳」，完成後點
擊「上傳和建立」

廣告管理員 - 管理廣告 - 廣告組合 - 編輯

新行銷活動 > 新廣告組合 > 1個廣告

Create an Audience From a Customer List

4 預覽並對應識別資料 顯示提示

對應數據以上傳。上傳你的數據之前，會對你的數據使用篩湊。 [瞭解詳情](#)

1個直欄已對應且將會上傳。請先修正錯誤後再繼續。

Facebook 粉絲專頁用戶編號

✓ 已對應 (1) ⚠ 需要採取動作 (8)

| 將直欄對應到識別資料 ⓘ | 格式規定 ⓘ | 範例 ⓘ |
|--|--------|------|
| 姓名 ⓘ <input type="button" value="不要上傳"/> | | |
| 類型 ⓘ <input type="button" value="不要上傳"/> 超級粉絲 超級粉絲 超級粉絲 超級粉絲 | | |
| 初次互動 ⓘ <input type="button" value="不要上傳"/> 2019-09-11 02:32 2019-09-06 07:26 2019-09-06 07:26 | | |

取消 如果上方的識別碼看似不正確，修改分隔符號。 返回 **上傳並建立**

關閉 ✓ 已儲存所有編輯內容

草稿

你的目標受眾選擇相當廣泛。

響，例如過去的行銷資料等等。這些數據可預估結果僅供參考。

返回 繼續



上傳完名單後，於下一步選擇「建立類似廣告受眾」，點選完成

廣告管理員 - 管理廣告

廣告組合：建立分組測試專用的廣告組合。

切換至快速建立流程

行銷活動

- 目標

廣告稱號

- 建立新的

廣告組合

- 清單
- 優惠
- 廣告
- 廣告受眾 (雙數)
- 版位
- 投遞最佳化
- 預算和排程

廣告

- 身分
- 格式
- 影音素材
- 文字和連結

關閉

建立顧客名單自訂廣告受眾

你的廣告受眾數據已上傳

已上傳1001個橫列(100%)

將你的顧客與 Facebook 用戶完成配對可能需要幾分鐘的時間。廣告受眾可供使用時，我們便會通知你。你也可以於受眾管理員查看狀態。

1

下一步

- 建立類似廣告受眾**
將與重要顧客相似的用戶建立為廣告受眾，擴展你的觸及人數。
- 建立廣告
立即開始建立廣告以鎖定新的廣告受眾。

完成 2

使用自動版位來充分應用預算，協助你向更多用戶顯示廣告。Facebook 的投遞系統會根據廣告可能獲得出色成



- 1 輸入廣告受眾地點
- 2 將選擇廣告受眾規模設為 1% ~ 5% >，接著點選建立廣告受眾

廣告管理員 - 管理廣告 - 廣告組合 - 編輯

建立類似廣告受眾

1 選擇類似廣告受眾來源

顯示提示

2 選擇廣告受眾地點

國家 / 地區 > 亞洲
台灣

搜尋區域或國家 / 地區 | 建議 | 瀏覽

3 選擇廣告受眾規模

類似廣告受眾數量 1

849.5K

0% 1% 2% 3% 4% 5% 6% 7% 8% 9% 10%

廣告受眾的規模是你所選地點人口總和的 1% 到 10%。若類似廣告受眾規模為 1%，將包含與你類似廣告受眾來源最相似的用戶，提高百分比則會建立規模更大、更廣泛的廣告受眾。

新的類似廣告受眾

TW的1% 至 5% - 20200727_阿缸是一隻缸魚_粉絲名單

觸及人數估計值
850,000人

取消 建立廣告受眾 返回 繼續



依欄位填入其他受眾設定並完成接下來的廣告設定，即可建立精準的廣告！

廣告管理員 - 管理廣告 - 廣告組合 - 編輯

新行銷活動 > 新廣告組合 > 1個廣告

草稿

編輯 審查

建立新的廣告受眾

使用備備廣告受眾

自訂廣告受眾

建立新受眾

顧客名單

類似廣告受眾

類似廣告受眾 (TW, 5%)

搜尋現有的廣告受眾

排除

地點

地點：

- 台灣

年齡

18 - 65+

性別

所有性別

關閉 ✓ 已儲存所有編輯內容

廣告受眾篩選條件

無法使用廣告受眾設定。

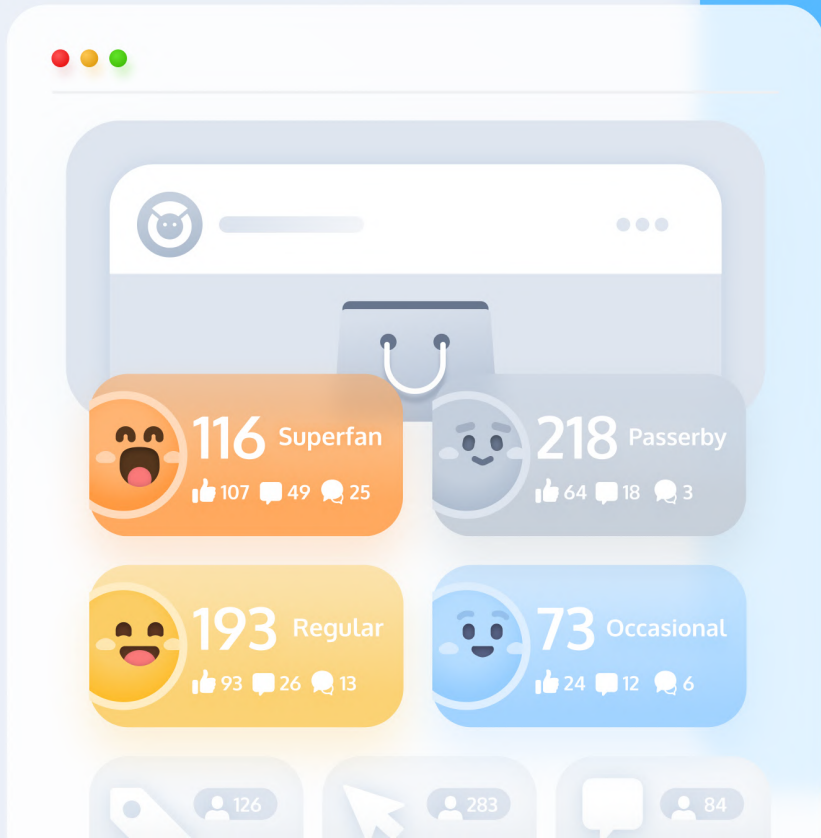
潛在觸及人數：無法提供

單日成果估計值

觸及人數 < 10

預估數據的準確程度會受到多種因素影響，例如過去的行銷活動資料、你輸入的預算，以及市場資料等等。這些數據可供你初步瞭解現有預算的廣告成效，但預估結果僅供參考。這些預估數據有用嗎？

返回 繼續



Seeker

快來探索 Seeker