

Mentafsir Perubahan Logik GMV: Perkara Yang Perlu Anda Tahu

Memahami perubahan dalam logik GMV dan cara perubahan ini akan mempengaruhi data pencipta dan penjual anda

Pertama, Berikut ialah Perkara Yang Perlu Anda Tahu

- Anda mungkin mendapati bahawa cara GMV dikira untuk penjual anda telah berubah. Sebab perubahan logik ini adalah untuk memudahkan anda memahami perkara yang menyumbang kepada GMV penjual.
- Logik GMV kini dikira berdasarkan **3 jenis kandungan: Live, Video, dan Kad Produk**. Ini bermakna, GMV kini akan dikaitkan dengan jenis kandungan terakhir yang diklik oleh pembeli semasa mendaftar keluar produk.

Bagaimanakah GMV Dikira Sebelum Ini?



Logik terdahulu untuk pengiraan GMV

100% GMV =
LIVE + Video + Pameran + Lain-lain



Logik baharu untuk pengiraan GMV

100% GMV =
Live + Video + Kad Produk



Sebelum ini, mungkin sukar untuk sesiapa mengetahui perkara yang dimaksudkan apabila GMV disenaraikan di bawah 'Lain-lain'. Oleh itu, bagi memudahkan pemahaman, kami telah menggantikan 'Pameran' + 'Lain-lain' dengan 'Kad Produk'.

Apakah yang boleh anda jangka sekarang?

- Di **Pusat Partner**, di bawah bahagian **Analisis**, apabila anda melihat pecahan GMV, anda juga akan melihat metrik seperti '**GMV LIVE Langsung**' dan '**GMV Video Langsung**' yang tidak tersedia sebelum ini.
- Metrik ini merujuk kepada GMV yang dijanakan apabila pembeli membuat pesanan **terus** daripada LIVE atau kandungan Video penjual.
- Anda juga mungkin mendapati bahawa angka GMV untuk Video dan Live adalah lebih rendah daripada yang anda jangka. Hal ini kerana **GMV yang dikaitkan** daripada LIVE dan Video juga akan menyumbang kepada keseluruhan angka GMV LIVE dan Video. Walau bagaimanapun, dengan logik baharu, GMV yang dikaitkan kini dikaitkan dengan Kad Produk.



Untuk makluman: Walaupun Kad Produk ialah penyumbang GMV yang penting, penjual masih perlu menumpukan perhatian pada kandungan Live dan Video mereka. Dalam erti kata lain, mereka perlu terus **menghasilkan strim live dan video yang berkualiti untuk menawan hati pembeli**. Lebih-lebih lagi, kandungan sosial visual ialah tarikan utama yang membentuk TikTok.

Senario Untuk Pemahaman Anda

Kami menyediakan beberapa contoh yang akan membantu anda memahami cara logik GMV yang baharu berfungsi.

Contoh 1:

1



Penjual anda menjual **iPhone 15** pada halaman Kedai mereka

2



Seorang pembeli mencari iPhone 15 di TikTok Shop dan terus membeli **iPhone 15 ini**

3

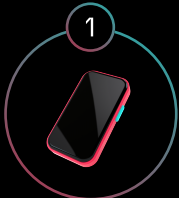


GMV daripada jualan iPhone 15 dikaitkan dengan **Kad Produk**

Di sini, **Kad Produk ialah jenis kandungan terakhir** sebelum mendaftar keluar

Contoh 2:

1



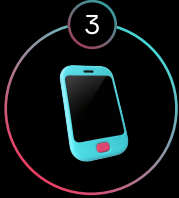
Seorang pembeli melihat video penjual pada halaman Untuk Anda yang mempromosikan **iPhone 15 Hitam**

2



Pembeli menyukai item tersebut dan terus mengklik 'Tambah pada bakul' bagi **iPhone 15 Hitam ini**

3



Walau bagaimanapun, sebelum melengkapkan jualan dan sewaktu item masih dalam troli, pembeli mengubah fikirannya dan membuat keputusan untuk mengubah warna kepada **Biru**

4



Pembeli tersebut membeli **iPhone 15 Biru**

5



GMV daripada pembelian ini dikaitkan dengan **Kad Produk**

Di sini, walaupun pada mulanya pembeli berinteraksi dengan produk melalui Video, tetapi disebabkan pembeli menukar warna, **Kad Produk menjadi jenis kandungan interaksi terakhir pembeli** sebelum mendaftar keluar.

Contoh 3:

1



Pembeli melihat video LIVE yang memaparkan penjual mempromosikan **iPhone 15**

2



Pembeli menyukai item tersebut dan terus mengklik 'Tambah pada bakul' bagi **iPhone 15 ini** dan membayar iPhone tersebut

3



GMV daripada pembelian ini dikaitkan dengan **LIVE Langsung**

Di sini, **LIVE ialah jenis kandungan terakhir** sebelum mendaftar keluar.

Apakah Yang Tidak Berubah?

Logik baharu ini digunakan di semua tempat, **kecuali metrik yang berkaitan dengan transaksi Affiliate (seperti GMV Affiliate dan Anggaran Komisen). Metrik ini masih menggunakan model GMV Berasaskan Atribusi Komisen. Oleh itu, komisen yang dibayar kepada Pencipta melalui Pelan Affiliate tidak akan berubah.**

Kesimpulan Utama

-  Logik GMV diperkemas untuk diambil kira dalam jenis kandungan.
-  Kad Produk, LIVE dan Video ialah tiga jenis kandungan.
-  Setiap jenis kandungan adalah sama penting dan anda hendaklah melaksanakan strategi yang mempertimbangkan ketiga-tiga jenis kandungan.

Sumber

Jika anda mempunyai sebarang soalan atau memerlukan penjelasan, sila hubungi AM anda. Selain itu, anda juga boleh berhubung dengan Pusat Bantuan.