

CHECKLISTE: Smart Bidding with Store Visits

	Smart Bidding MIT Store Visits	Smart Bidding OHNE Store Visits
 Google Ads	<ul style="list-style-type: none"> ■ ROAS Targets anpassen, um Omnichannel ROAS zu widerspiegeln und Traffic zur Wiedereröffnung hin beizubehalten, wenn Visit-Conversions ansteigen. ■ Keine Saison-Anpassungen verwenden oder Exclusions ausblenden (Ausser Conversion Tracking war ausser Funktion). 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Smart Bidding mit Store Visits ermöglichen, um während turbulenten Zeiten in Echtzeit zu optimieren. Option 1: ROI/ROAS-basiertes Ziel: tROAS für Shopping. tCPA oder tROAS für Text. Option 2: Maximize Conversion Value Goal: Smart Shopping Kampagnen für Shopping, maximierter Conversion-Wert für Text.
 Search Ads 360 Auction Time Bidding	<ul style="list-style-type: none"> ■ ROAS Targets anpassen, um Omnichannel ROAS zu widerspiegeln und Traffic zur Wiedereröffnung hin beizubehalten, wenn Visit-Conversions ansteigen. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Store Visits zu Bidding Strategien hinzufügen. ■ Store Visits Wert einstellen. ■ ROAS Targets anpassen, um omnichannel ROAS zu widerspiegeln. ■ Default Conversion Ziel für Shopping einstellen.
 Search Ads 360 Intraday Bidding	<ul style="list-style-type: none"> ■ Store Visits Wert anpassen, wenn es Änderungen gab. ■ Store Visits wieder in Bidding Strategien integrieren. ■ ROAS Targets anpassen, um Omnichannel ROAS zu widerspiegeln. ■ Auction Time Bidding, um während turbulenten Zeiten in Echtzeit das Bidding anzupassen. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Auction Time Bidding, um während turbulenten Zeiten in Echtzeit das Bidding anzupassen. ■ Store Visits Bidding in SA360 ermöglichen.