

Checklist Evaluasi GMV Max

Cek ROAS, Penjualan, dan Profit Toko

Isi di perangkat atau cetak. Gunakan satu lembar untuk satu campaign/produk; data toko menjadi konteks evaluasi, bukan hasil khusus campaign.

01 Identitas evaluasi

Nama toko

Produk / campaign

Periode evaluasi

Periode pembandingan

02 Data campaign dan hasil bisnis

METRIK

PERIODE EVALUASI

PEMBANDING

Tayangan

Klik

Biaya iklan (Rp)

GMV teratribusi (Rp)

ROAS (kali)

Total pesanan toko

Total penjualan toko (Rp)

Profit setelah biaya (Rp)

GMV teratribusi dapat sudah termasuk dalam total penjualan toko. Jangan menjumlahkan keduanya.

Gunakan durasi, status pesanan, dan dasar perhitungan yang konsisten pada kedua periode.

Checklist Evaluasi GMV Max

Cek ROAS, Penjualan, dan Profit Toko

03 Checklist pemeriksaan

- ☐ Aturan atribusi dan pemberitahuan akun sudah diperiksa.
- ☐ Kedua periode memakai durasi dan dasar pencatatan yang sebanding.
- ☐ Perubahan harga, promo, stok, dan budget sudah dicatat.
- ☐ GMV teratribusi sudah dibandingkan dengan hasil penjualan toko.
- ☐ Pembatalan dan pengembalian sudah dipertimbangkan.
- ☐ Profit sudah dihitung setelah seluruh biaya yang relevan.

Biaya relevan: harga pokok, diskon yang ditanggung toko, biaya marketplace, iklan, pengemasan, dan biaya operasional yang dialokasikan secara konsisten.

04 Konteks dan temuan utama

Apa yang berubah? Apakah hasil bisnis sejalan dengan perubahan hasil campaign?

05 Keputusan berikutnya

- ☐ Pertahankan campaign
- ☐ Evaluasi pengaturan
- ☐ Uji tambahan budget secara bertahap

Alasan dan tindakan yang akan dilakukan:

Tanggal review:

ROAS belum menunjukkan profit atau membuktikan penjualan tambahan karena iklan.