



Dijamin Terprogram untuk Penayang

© 2019 Google LLC

Daftar isi

Mengapa harus menggunakan Dijamin Terprogram?	3
Ringkasan negosiasi	5
Link memulai cepat	5
Proses hosting materi iklan	6
Mengelola format materi iklan	7
Menegosiasikan dan menyelesaikan proposal	9
Pengalaman pembeli untuk Authorized Buyers	10
Membatalkan permintaan persetujuan	15
Perubahan pada proposal yang diselesaikan	16
Permintaan proposal (RFP)	19
Pelaporan	22
Checklist praktik terbaik	23
Pemecahan masalah	26

Sampaikan pendapat Anda

Sampaikan pendapat Anda tentang panduan ini dalam [survei singkat](#). Anda juga dapat mengirimkan masukan kapan saja menggunakan link di kanan bawah setiap halaman.



Mengapa harus menggunakan Dijamin Terprogram?

Dijamin Terprogram mengotomatiskan penjualan langsung dari inventaris yang dipesan dengan menghubungkan Anda dengan platform pembeli. Anda dapat bernegosiasi dan menyelesaikan semua detail kampanye reservasi langsung di Ad Manager. Dijamin terprogram juga menyederhanakan pengelolaan materi iklan dan menghilangkan kebutuhan untuk menangani rekonsiliasi, serta proses pembayaran dan penagihan.

Kampanye Dijamin Terprogram vs. Tradisional

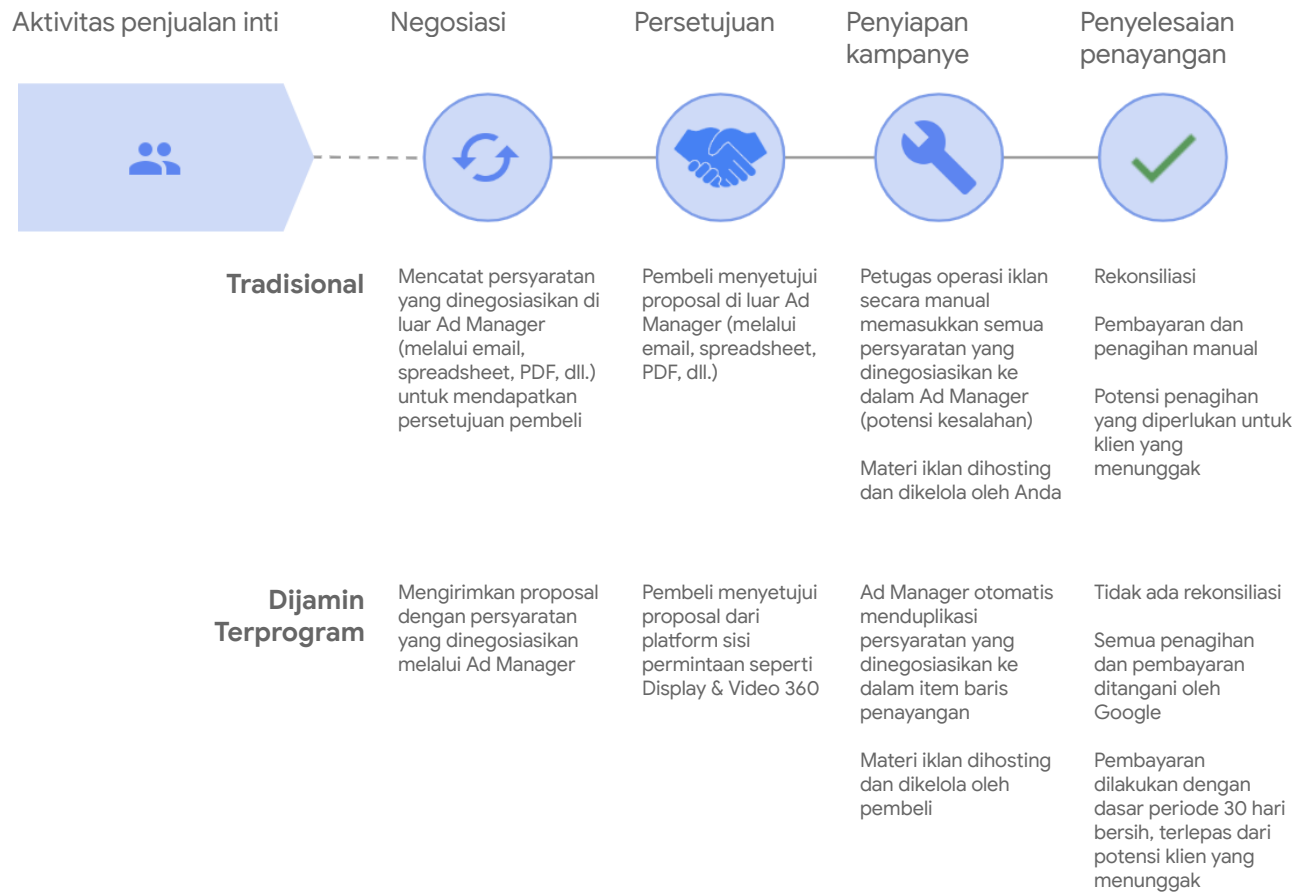
Aktivitas penjualan inti tetap sama. Beberapa aktivitas dapat mencakup:

- Melakukan prospek untuk bisnis
- Memanfaatkan hubungan yang ada
- Membangun hubungan
- Mengidentifikasi prospek berkualitas
- Menentukan merek, audiens, dan penempatan Anda



Hubungan Anda dengan pembeli dapat berarti bahwa Anda telah menyetujui persyaratan umum di luar Ad Manager melalui panggilan telepon, email, atau percakapan langsung.

Perbandingan alur kerja Tradisional vs. Dijamin Terprogram



Seluruh proses terjadi dalam satu sistem dengan Dijamin Terprogram, yang menyederhanakan penjualan langsung dan pemrosesan iklan, serta mengurangi potensi kesalahan manusia dan menghilangkan proses pasca-penayangan.

Ringkasan negosiasi

Negosiasi di Ad Manager dimulai saat Anda mengirimkan proposal kepada pembeli. Pembeli juga dapat mengirimkan Permintaan Proposal ([RFP](#)) ke jaringan Anda, dan Anda dapat bernegosiasi dengan pembeli tersebut.

- Proposal berisi detail tingkat tinggi dan mirip dengan pesanan. [Pelajari lebih lanjut](#)
- Item baris proposal berisi detail penayangan dan mirip dengan item baris. [Pelajari lebih lanjut](#)

Proposal, dan item baris proposalnya, dikirim antara Anda dan pembeli selama negosiasi.

Setelah kedua belah pihak menyetujuinya, proposal tersebut diselesaikan. Ad Manager membuat pesanan dan item baris yang sesuai, yang ditautkan ke proposal dan item baris proposal. Pesanan dan item baris digunakan untuk penayangan iklan. Anda dapat melakukan perubahan atau menegosiasikan ulang kampanye kapan saja dengan [membuka kembali](#) proposal.

Pelajari lebih lanjut di [Menegosiasikan proposal terprogram](#).

Link memulai cepat

Berikut adalah beberapa link memulai cepat ke prosedur dan ringkasan di pusat bantuan.

[Membuat proposal terprogram](#)

[Menambahkan item baris proposal terprogram](#)

[Kolom yang dapat dilihat dan dinegosiasikan](#)

[Proposal yang diajukan oleh pembeli \(RFP\)](#)

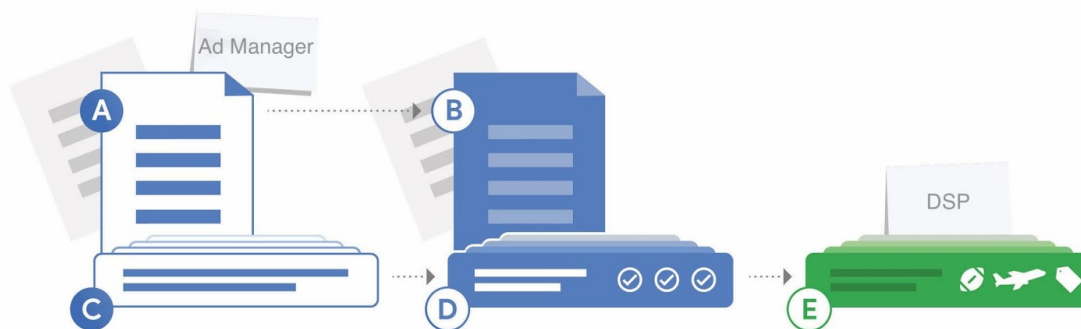
[Melakukan perubahan pada proposal yang diselesaikan](#)

[Daftar audiens pembeli](#)



Proses hosting materi iklan

Materi iklan tidak dihosting atau dikelola di Ad Manager. Akan tetapi, materi iklan dihosting oleh platform sisi permintaan (DSP).



A - Proposal

B - Pesanan yang sesuai

C - Item baris proposal

D - Item baris yang sesuai

E - Item baris paralel

☑ - Materi iklan placeholder

🌐 - Materi iklan yang dihosting

Ad Manager menggunakan materi iklan placeholder dan unit iklan yang ditargetkan untuk meminta materi iklan dari DSP.

Materi iklan yang dihosting oleh penayang

Beberapa penayang dapat menghosting dan mengelola materi iklan di Ad Manager untuk kampanye Dijamin Terprogram. Keuntungan materi iklan yang dikelola oleh penayang mencakup penggunaan format materi iklan kustom. [Pelajari lebih lanjut](#)



Mengelola format materi iklan

Jenis materi iklan yang dapat dijalankan pembeli pada inventaris Anda bergantung pada [jenis inventaris](#) (sebelumnya dikenal sebagai "jenis lingkungan") yang telah dikonfigurasi di jaringan Ad Manager Anda. Administrator Ad Manager (atau pengguna dengan izin serupa) dapat mengonfigurasi jenis inventaris di jaringan Anda.

Iklan roadblock

[Kampanye iklan roadblock](#) menayangkan beberapa materi iklan dengan ukuran yang sama di halaman yang sama. Saat memproses iklan roadblock, pastikan Anda menentukan jumlah untuk setiap ukuran dalam item baris proposal. Menambahkan jumlah tersebut memastikan bahwa Ad Manager akan menambahkan jumlah yang tepat bagi ukuran [placeholder materi iklan](#) di item baris yang sesuai. Selain itu, pastikan Anda menyetel "Tampilkan materi iklan" menjadi **Semua** atau **Sebanyak mungkin**. [Pelajari lebih lanjut](#)

Penargetan tingkat materi iklan (khusus materi iklan yang dihosting oleh penayang)

Anda dapat mengklik **Tampilkan detail materi iklan** di bagian "Ukuran" dari item baris proposal untuk mengonfigurasi ukuran tambahan dan mengaktifkan penargetan tingkat materi iklan. Penargetan tingkat materi iklan diterapkan ke item baris yang sesuai, bukan dalam item baris proposal yang asli. Beberapa batasan penting berlaku. [Pelajari lebih lanjut](#)

Video

"Durasi maksimum" diperlukan untuk item baris proposal terprogram. Nilai yang dimasukkan digunakan untuk perkiraan dan untuk menerapkan durasi maksimum video yang dapat diupload pembeli saat menggunakan [pod yang dioptimalkan](#) untuk iklan video VAST. Jika pembeli mengupload materi iklan video yang melebihi batas maksimum ini, materi iklan video gagal ditayangkan. [Pelajari lebih lanjut](#)



Native

Pembeli dapat mengelola Format iklan native standar di [Display & Video 360](#). Format iklan native kustom hanya didukung untuk materi iklan yang dihosting oleh penayang.

- Saat mengonfigurasi item baris proposal, pilih Iklan native instal aplikasi atau Iklan konten native untuk ukurannya. Ukuran native lainnya tidak didukung untuk kampanye Langsung Terprogram.
- Pastikan bahwa pembeli mengonfigurasi dua materi iklan—satu persegi, satu persegi panjang. Tidak ada persyaratan ukuran khusus untuk keduanya, tetapi rasio persegi panjang harus 1,91:1 atau kisaran 10% dari rasio ini.
- Berkoordinasilah dengan pembeli untuk memastikan bahwa pembeli memahami aset native yang diharapkan dan aset native tersebut dikonfigurasi dengan benar dalam DSP-nya.

Pelajari [Format iklan native standar](#) lebih lanjut dan cara [melaporkan iklan native](#).

Interstitial

Dijamin Terprogram mendukung materi iklan interstitial. Jenis inventaris (sebelumnya dikenal sebagai "jenis lingkungan") untuk materi iklan display interstitial harus disetel ke "Dalam aplikasi seluler" di item baris proposal. Pastikan bahwa Anda menggunakan [ukuran inventaris](#) yang sesuai untuk materi iklan interstitial.

Reward

Item baris proposal yang menjalankan materi iklan sebagai [iklan reward untuk aplikasi](#) harus disetel ke "Video out-stream dalam aplikasi seluler". Seperti materi iklan interstitial, Anda harus menggunakan [ukuran inventaris](#) yang tepat.



Menegosiasikan dan menyelesaikan proposal

Untuk melakukan penawaran formal, [minta persetujuan](#) proposal dari pembeli. Pembeli kemudian dapat [menyelesaikan](#) proposal. Jika Anda ingin melanjutkan negosiasi, [kirim untuk ditinjau](#) sebagai gantinya. Pembeli belum bisa menyelesaikan proposal. Pelajari detail selengkapnya tentang negosiasi di [Menegosiasikan proposal terprogram](#).

Proposal yang diselesaikan dapat [dibuka kembali untuk negosiasi ulang atau perubahan lainnya](#), meskipun penayangannya sudah dimulai.



Pengalaman pembeli untuk Authorized Buyers

Bagian berikut mengilustrasikan cara [platform sisi permintaan \(DSP\) yang diintegrasikan dengan Dijamin Terprogram](#) menyiapkan, menegosiasikan, dan mengelola kampanye Dijamin Terprogram yang baru dan yang sudah ada di UI Authorized Buyers sebelum dijalankan di dalam DSP-nya sendiri.

Pelajari pengelolaan proses tersebut dalam [Display & Video 360](#), salah satu DSP yang terintegrasi..

Pembeli menerima proposal dari penayang



Authorized Buyers

CAWFE test account 1.1
53780044

 Marketplace

Discovery

Negotiation

Deals

Auction packages

 Troubleshooting

 Reporting

 Bidder settings

 Admin

Negotiations


Status : Review requested, Acceptance requested
 Deal type : Guaranteed
Add filter

Proposal name	Publisher name	Deal type	Status	Start date	End date	Last modified	Guaranteed impression
Proposal from CAWFE test account 1.4_<Elena_PG1004> Proposal ID: MP26316082	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	Review requested	Oct 4, 2019	Dec 31, 2019	Oct 4, 2019	
lisa 10/2 billing test primary profile Proposal ID: MP86329598	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	Review requested	Oct 31, 2019	Dec 31, 2019	Oct 4, 2019	
Proposal_New0924 Proposal ID: MP76309027	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	Acceptance requested	Sep 30, 2019	Oct 31, 2019	Sep 26, 2019	
Proposal from CAWFE test account 1.4_Elena_Programmatic guaranteed_Display_0909 Proposal ID: MP96232619	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	Review requested	Sep 26, 2019	Nov 30, 2019	Sep 25, 2019	
Proposal0912 Proposal ID: MP66279116	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	Review requested	Sep 30, 2019	Nov 30, 2020	Sep 24, 2019	

Pembeli dapat menemukan proposal yang aktif dalam UI Authorized Buyers dengan membuka **Negosiasi di Marketplace**. Proposal yang sedang dalam proses negosiasi memiliki “Status” **Peninjauan diminta**.

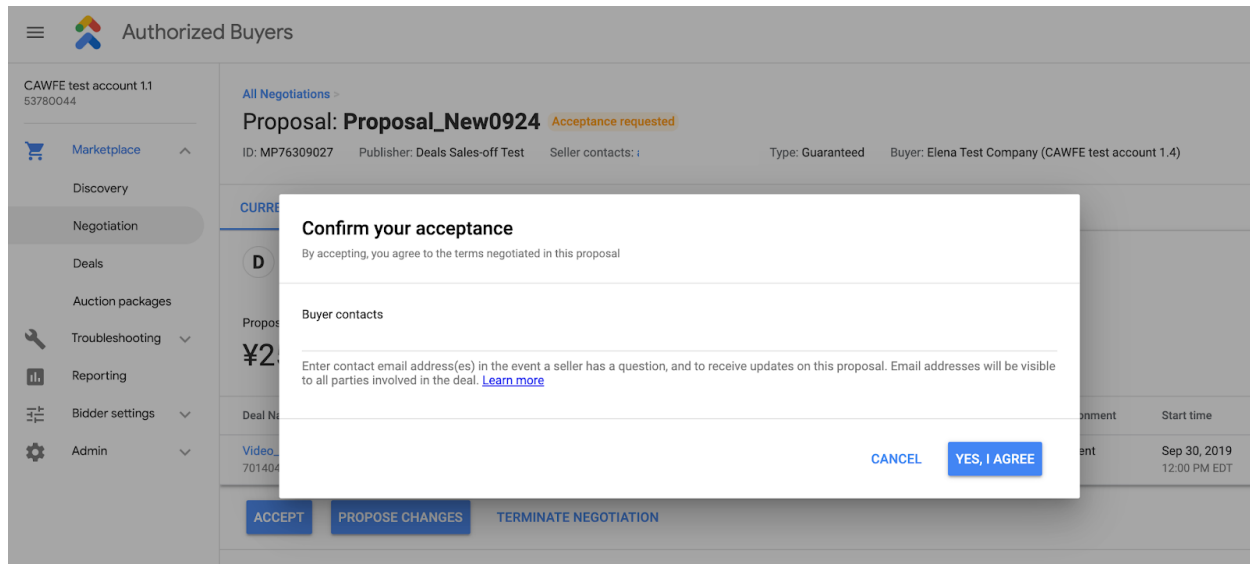
Pembeli meninjau proposal untuk menyetujui atau menegosiasikan persyaratan

The screenshot displays the 'Authorized Buyers' interface in Google Ad Manager. On the left, a sidebar menu includes options like Marketplace, Discovery, Negotiation, Deals, Auction packages, Troubleshooting, Reporting, Bidder settings, and Admin. The main panel shows a proposal titled 'Proposal: Proposal_New0924' with ID MP76309027 and Publisher Deals Sales-off Test. It lists the Proposal Cost as ¥250.00 and Total Impressions as 50,000. Below this, the Deal Name is 'Video_LI0924' with ID 701404. At the bottom of the proposal card are buttons for 'ACCEPT', 'PROPOSE CHANGES', and 'TERMINATE'. To the right, a detailed view of the proposal is shown for 'Video_LI0924 701404'. This view is divided into 'Basic details' and 'Creative details'. The 'Basic details' section includes Price (¥5.00 CPM), Impressions (50,000), Start time (9/30/2019 12:00 PM EDT), End time (10/31/2019 11:59 AM EDT), Publisher Environment (Content), and Additional terms (optional). The 'Creative details' section includes Format (Video), Max duration (seconds) (50), Skippable (Skippable after 5 seconds), Creative source (Creatives provided by advertiser), and Creative pre-approval (Creatives do not require publisher approval).

Pembeli dapat melihat detail proposal termasuk setelan CPM, tayangan, tanggal mulai dan akhir, format, penargetan, dan penayangan. Dari sini, pembeli dapat menyetujui, mengajukan perubahan, atau menghentikan negosiasi.



Pembeli menyetujui proposal



Saat menyetujui proposal, pembeli diminta untuk mengonfirmasi persetujuan.



Mengelola transaksi yang diselesaikan dalam UI Authorized Buyers

Authorized Buyers

CAWFE test account 1.1
53780044

Marketplace

Discovery

Negotiation

Deals

Auction packages

Troubleshooting

Reporting

Bidder settings

Admin

Status : Active, Paused
Add filter

	Name	Publisher	Type	Price	Start date	End date	Last modified
	pd deal a 709114	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Preferred Deal	¥10.00 CPM	Oct 31, 2019	Dec 31, 2019	Oct 1, 2019
	pd deal b 711791	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Preferred Deal	¥20.00 CPM	Oct 31, 2019	Dec 31, 2019	Oct 1, 2019
	test pli a 711833	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	¥12.55 CPM	Oct 7, 2019	Dec 31, 2019	Oct 1, 2019
	test pli c 708904	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	¥8.00 CPM	Oct 31, 2019	Dec 31, 2019	Oct 1, 2019
	test pli b 711836	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	¥11.00 CPM	Oct 31, 2019	Dec 31, 2019	Oct 1, 2019
	Proposal Line Item0927 703524	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	\$6.00 CPM	Sep 27, 2019	Oct 31, 2019	Sep 27, 2019
	Video LI0927 703569	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	\$5.50 CPM	Sep 27, 2019	Nov 30, 2019	Sep 27, 2019
	Preferred Deal Line Item0916 685550	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Preferred Deal	¥1,200.00 CPM	Sep 16, 2019	Nov 30, 2019	Sep 26, 2019
	LI0917 686995	Deals SHA Test Sales-off Seller account X	Guaranteed	\$2.00 CPM	Sep 30, 2019	Oct 31, 2019	Sep 17, 2019

Setelah pembeli menyetujui proposal, statusnya dianggap “terjual” dan pesanan dibuat di Google Ad Manager. Pembeli dapat melihat detail kampanye yang diselesaikan dalam UI Authorized Buyers dengan membuka **Marketplace**, lalu **Transaksi**. Halaman Transaksi memberikan informasi tentang kampanye yang aktif, dijeda, dan diselesaikan.

Pembeli menyiapkan detail dasar terkait kampanye dalam DSP

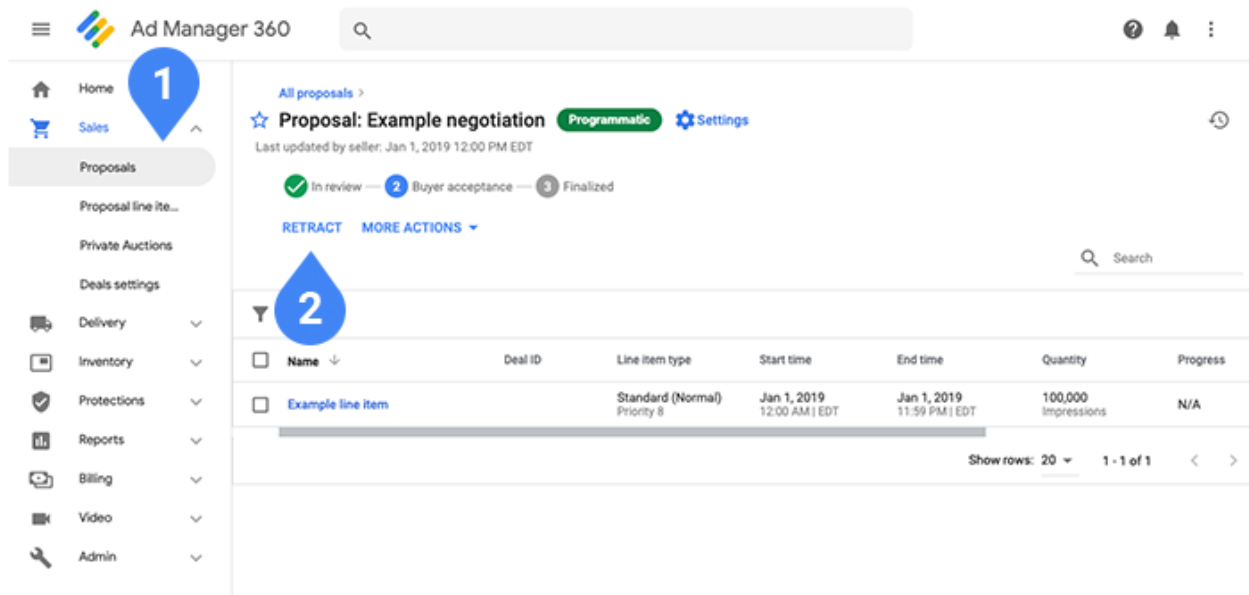
The screenshot displays the Google Ad Manager interface for Authorized Buyers. On the left, a sidebar menu includes options like Marketplace, Discovery, Negotiation, Deals, Auction packages, Troubleshooting, Reporting, Bidder settings, and Admin. The main area shows a list of deals under the filter 'Type: Guaranteed'. The selected deal, 'test pli b' (ID 711836), is shown in detail on the right. The details include:

- Publisher:** Deals Sales-off Test
- Seller contacts:**
- Type:** Guaranteed
- Buyer:** abc (CAWFE test account 1.4)
- View in RTB Breakout** (link)
- Bids:** 0 (Last 7 days)
- Impressions:** 0 (Last 7 days)
- Total impressions:** 0 (No impressions delivered)
- Pacing:** 0
- Basic details:**
 - Proposal name: [test pg proposal 9/30/2019](#)
 - Price: ¥11.00 CPM
 - Impressions: 5,000
 - Start time: 10/31/2019 12:00 PM EDT
 - End time: 12/31/2019 10:59 AM EST
 - Publisher Environment: Mobile
 - Additional terms (optional): -

Pembeli mengambil informasi dari UI Authorized Buyers dan mengonfigurasi detail dalam DSP. Setiap DSP mengelolanya secara berbeda, tetapi umumnya mencakup mengonfigurasi detail dasar dan menambahkan materi iklan. Saat tanggal mulai pesanan tercapai, Google Ad Manager akan menganggap kampanye telah aktif dan mulai mengirim tayangan ke ID transaksi yang terkait.

Membatalkan permintaan persetujuan

Anda (sebagai penayang) dapat membatalkan proposal sebelum pembeli menyetujuinya. Jika dibatalkan, pembeli tidak lagi dapat menyetujuinya. Anda dan pembeli kemudian dapat melanjutkan negosiasi persyaratan, atau Anda dapat menghentikan negosiasi. [Pelajari lebih lanjut](#)



The screenshot shows the Google Ad Manager 360 interface. The left sidebar contains a menu with items like Home, Sales, Proposals, Proposal line items, Private Auctions, Deals settings, Delivery, Inventory, Protections, Reports, Billing, Video, and Admin. The 'Proposals' item is highlighted with a blue callout '1'. The main content area shows a proposal titled 'Proposal: Example negotiation' with a status of 'In review'. Below the status, there is a progress bar with three steps: 'In review' (checked), 'Buyer acceptance', and 'Finalized'. A blue callout '2' points to the 'RETRACT' button. Below the button is a table with one row: 'Example line item'. The table has columns for Name, Deal ID, Line item type, Start time, End time, Quantity, and Progress. The 'Example line item' row shows 'Standard (Normal) Priority 8', 'Jan 1, 2019 12:00 AM | EDT', 'Jan 1, 2019 11:59 PM | EDT', '100,000 Impressions', and 'N/A'.

Name	Deal ID	Line item type	Start time	End time	Quantity	Progress
Example line item		Standard (Normal) Priority 8	Jan 1, 2019 12:00 AM EDT	Jan 1, 2019 11:59 PM EDT	100,000 Impressions	N/A

Di Ad Manager, buka **Proposal** ① dan temukan proposal yang ingin Anda batalkan. Anda dapat menemukan **Batalkan** ② di bagian detail proposal di samping menu **Tindakan lainnya**.



Perubahan pada proposal yang diselesaikan

The screenshot shows the Google Ad Manager 360 interface. On the left is a sidebar with navigation options: Home, Sales, Proposals, Proposal line items, Private Auctions, Deals settings, Delivery, Inventory, Protections, Reports, Billing, Video, and Admin. The main content area displays a proposal titled 'Proposal: Example negotiation' with ID 12345678. It is marked as 'Programmatic' and 'Sold'. The progress bar shows 'In review', 'Buyer acceptance', and 'Finalized'. A blue callout '1' points to the 'Finalized' status. Below the progress bar, there is a 'Buyer to me' section with a date 'Jan 1, 2019 1:00 PM EDT'. A blue callout '2' points to the 'REOPEN' button next to the 'MORE ACTIONS' dropdown. Below this is a table with columns: Name, Deal ID, Line item type, Start time, End time, Quantity, and Progress. The table contains one row: 'Example line item' with Deal ID, 'Standard (Normal) Priority 8', 'Jan 1, 2019 12:00 AM | EDT', 'Jan 1, 2019 11:59 PM | EDT', '90,000 Impressions', and 'N/A'. At the bottom right, it says 'Show rows: 20' and '1 - 1 of 1'.

Anda memiliki opsi untuk mengubah proposal yang diselesaikan ①. Beberapa dari perubahan tersebut hanya memengaruhi penayangan, sementara perubahan lain memicu [negosiasi ulang](#). Untuk melakukan perubahan, Anda perlu **membuka kembali** proposal yang diselesaikan. Anda dapat menemukan **Buka kembali** ② di bagian atas detail proposal yang ada di samping **Tindakan lainnya**. Setelah dibuka kembali, Anda dapat mengubah kolom atau setelan apa pun kecuali bagian pengiklan dan pembeli.

[Pelajari lebih lanjut](#)

Perubahan yang dapat dinegosiasikan vs perubahan yang tidak dapat dinegosiasikan

Hanya perubahan pada setelan yang dapat dinegosiasikan yang akan memicu negosiasi ulang dan, oleh karena itu, proposal harus dikirimkan kepada pembeli untuk mendapatkan persetujuan. Ada sejumlah setelan yang tidak dapat dinegosiasikan yang dapat Anda ubah, yang dapat langsung memengaruhi penayangan tanpa mengirimkan proposal kepada pembeli. Tinjau setelan yang dapat dinegosiasikan dan tidak dapat dinegosiasikan:

- [Kolom atau setelan yang dapat dinegosiasikan](#): Waktu mulai/berakhir, Tarif, Kuantitas, Ukuran inventaris, Persyaratan tambahan, dan penambahan atau penghapusan item baris proposal
- [Kolom atau setelan yang tidak dapat dinegosiasikan](#): Nama (proposal atau item baris proposal), Setelan penayangan, Prioritas (nomor), Label, Kolom kustom, Catatan internal, dan penargetan

The screenshot shows the Google Ad Manager 360 interface. The left sidebar contains navigation links: Home, Sales, Proposals, Proposal line item..., Private Auctions, Deals settings, Delivery, Inventory, Protections, Reports, Billing, Video, and Admin. The main content area displays a 'Draft: Example negotiation' with status 'Programmatic' and 'Sold'. It shows a timeline: 'In review' (checked), 'Buyer acceptance' (checked), and 'Finalized' (checked). Below this, there are sections for 'Buyer to me' and 'Me to buyer'. At the bottom, there is a table with columns: Name, Deal ID, Line item type, Start time, End time, Quantity, and Progress. The table contains one row: 'Example line item' with Deal ID, Standard (Normal) Priority 8, Start time Jan 1, 2019 12:00 AM EDT, End time Jan 1, 2019 11:59 PM EDT, Quantity 90,000 Impressions, and Progress N/A. The bottom right shows 'Show rows: 20' and '1 - 1 of 1'.

Klik **Perbarui pesanan** dari detail proposal untuk menerapkan perubahan yang tidak dapat dinegosiasikan.

The screenshot shows the Google Ad Manager 360 interface. On the left is a sidebar with navigation links: Home, Sales, Proposals, Proposal line item..., Private Auctions, Deals settings, Delivery, Inventory, Protections, Reports, Billing, Video, and Admin. The main content area is titled 'All proposals >' and shows a 'Draft: Example negotiation' with status tags 'Programmatic' and 'Sold'. It indicates 'Last updated by buyer: Jan 1, 2019 1:00 PM EDT' and shows progress steps: 'In review', 'Buyer acceptance', and 'Finalized'. Below this, there are sections for 'Buyer to me' and 'Me to buyer'. A 'REQUEST ACCEPTANCE' button is visible, along with 'DISCARD DRAFT' and 'MORE ACTIONS'. A table below shows the details of the line item:

Name	Deal ID	Line item type	Start time	End time	Quantity	Progress
Example line item		Standard (Normal) Priority 8	Jan 1, 2019 12:00 AM EDT	Jan 1, 2019 11:59 PM EDT	90,000 Impressions	N/A

At the bottom right of the table, it says 'Show rows: 20' and '1 - 1 of 1'.

Jika Anda melakukan perubahan pada kolom atau setelan yang dapat dinegosiasikan, Anda akan memicu negosiasi ulang dan perlu meminta persetujuan lagi dari pembeli. Perubahan yang diajukan tidak diterapkan hingga pembeli menyetujuinya. Anda tidak akan melihat opsi **Perbarui pesanan** lagi, tetapi melihat **Minta persetujuan** dan **Kirim peninjauan** pada bagian drop-down (▼) di samping **Minta persetujuan**.

Menghapus draf perubahan

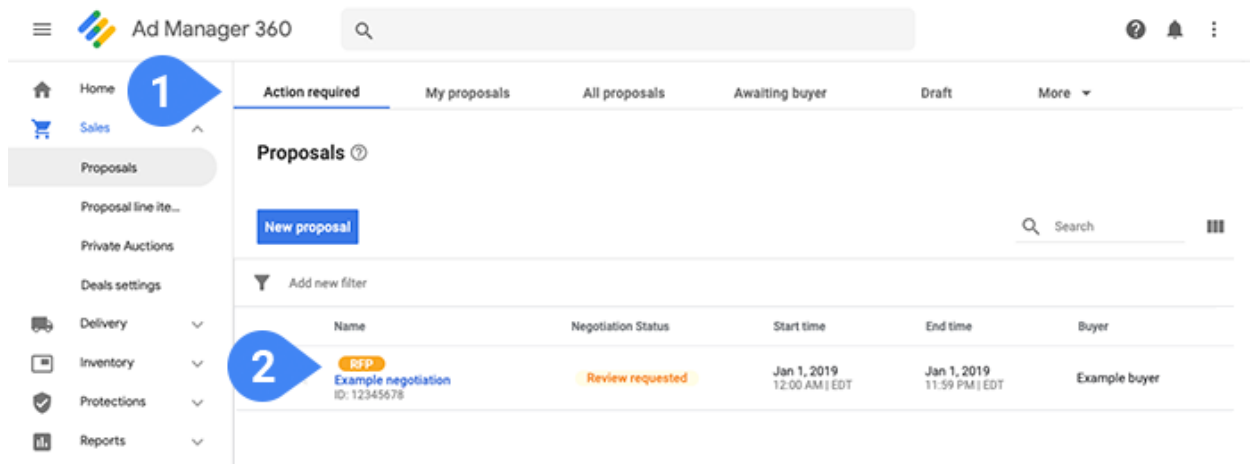
Jika Anda belum memutuskan tentang perubahan pada proposal yang diselesaikan, Anda dapat memilih **Hapus draf** kapan saja sebelum mengirimnya kepada pembeli atau memperbarui pesanan dan item baris. Jika Anda melakukannya, Ad Manager akan mengembalikan proposal ke versi terakhir yang dikirimkan oleh pembeli atau versi terakhir yang diselesaikan. [Pelajari lebih lanjut](#)

Saat melakukan negosiasi ulang, Anda memiliki opsi pada bagian "Tindakan lainnya" untuk **Menghentikan negosiasi ulang**. Menghentikan negosiasi ulang akan menghapus versi proposal saat ini, dan proposal dikembalikan ke versi asli yang diselesaikan. Baik Anda maupun pembeli tidak dapat melakukan perubahan proposal lagi kecuali salah satu dari Anda atau pembeli memulai kembali proses negosiasi ulang. [Pelajari lebih lanjut](#)



Permintaan proposal (RFP)

Proposal yang diajukan oleh pembeli merupakan hasil dari pembeli yang menemukan profil dan inventaris Anda di [Marketplace](#). Pembeli dapat mengajukan **permintaan proposal (RFP)** untuk inventaris yang dianggap menarik.



Buka **Diperlukan tindakan** ① untuk menemukan permintaan ini. Anda dapat mengidentifikasi proposal yang diajukan oleh pembeli berdasarkan label "RFP" ② di dekat namanya.

Ada beberapa cara untuk mendapatkan notifikasi tentang peristiwa terprogram seperti RFP:

- Setelan Ad Manager: Klik di pojok kanan atas, lalu pilih **Setelan**. Aktifkan “Notifikasi sistem” dan setel frekuensi. Notifikasi dalam produk dan email dikirim saat peristiwa terprogram yang penting terjadi. [Pelajari lebih lanjut](#)
- Setelan transaksi: Buka **Penjualan**, lalu **Setelan transaksi** dan tambahkan alamat email di kolom “Notifikasi”. Email dikirim saat peristiwa penting terjadi selama negosiasi. [Pelajari lebih lanjut](#)
- Profil penayang: Dari halaman “Setelan transaksi”, klik **Profil baru** atau buka profil yang ada. Di kolom “Kontak untuk transaksi terprogram”, Anda dapat menambahkan alamat email, nama, nomor telepon, dll. Meskipun notifikasi tidak terjadi secara otomatis, pembeli dapat menggunakan informasi ini untuk menghubungi orang ketika mengirimkan RFP. [Pelajari lebih lanjut](#)



The screenshot shows the Google Ad Manager 360 interface. On the left is a sidebar with navigation links: Home, Sales, Proposals, Proposal line item..., Private Auctions, Deals settings, Delivery, Inventory, Protections, Reports, Billing, Video, and Admin. The main area displays a proposal titled 'Example negotiation' (ID: 12345678) with a status of 'In review'. A blue circle with the number 1 points to the 'RFP' button in the top right corner. Below the proposal details, there is a section for 'Me to buyer' with a 'REQUEST ACCEPTANCE' button and an 'EDIT' button. A blue circle with the number 2 points to the 'EDIT' button. The right sidebar shows campaign details: Budget (\$100,000.00 USD), CPM (\$1.95), Impressions (100,000), and Audience list (Yes). At the bottom, there is a table with columns: Name, Deal ID, Line item type, Start time, End time, and Quantity. The table contains one row for 'Example line item' (ID: 1234567) with a quantity of 100,000 impressions.

RFP tidak menyertakan item baris proposal. Sebagai gantinya, kartu informasi RFP ① muncul di sebelah kanan dengan detail kampanye yang diinginkan oleh pembeli. Detail ini hanya sebagai informasi dan tidak memengaruhi penayangan iklan atau persyaratan yang diselesaikan. Klik **Edit** ② untuk memperbarui setelah proposal dan menambahkan item baris proposal.

Kartu informasi RFP dapat diciutkan atau diperluas sesuai kebutuhan. Kartu informasi RFP tetap ada selama jangka waktu proposal. Setelah mengirimkan proposal kepada pembeli untuk pertama kalinya, kartu tersebut tetap diciutkan secara default.

Pelajari [proposal yang diajukan oleh pembeli](#) lebih lanjut.

Penargetan audiens di RFP

Jika pembeli menyertakan penargetan audiens dalam RFP-nya, kartu informasi RFP menampilkan Ya pada bagian "Daftar audiens".

- Setiap item baris proposal yang ditambahkan ke proposal akan secara otomatis menyertakan daftar audiens pembeli.
- Hanya pembeli yang dapat menghapus penargetan audiens dari masing-masing item baris proposal. Pembeli dapat menghapus penargetan ini hanya setelah Anda mengirimkan proposal kepada pembeli untuk ditinjau atau disetujui.

Hubungi pembeli untuk memastikan bahwa penargetan audiens diterapkan secara akurat ke item baris proposal, dan gunakan perkiraan untuk memastikan Anda memiliki inventaris yang cukup dengan penargetan audiens.



Pelaporan

Pelaporan dan penagihan

Mata uang: Laporan Ad Manager didasarkan pada mata uang jaringan default dan kemudian dikonversi ke mata uang yang ditetapkan dalam item baris proposal. Konversi didasarkan pada [nilai tukar](#) yang ditentukan pada bagian tab "Admin". Sebaiknya setel rasio pembaruan ke harian untuk mendapatkan pelaporan yang paling akurat. Dukungan multi-entitas dan multi-mata uang akan segera tersedia.

Item baris CPD (biaya per hari): Harus mencapai [nilai minimum penagihannya](#) (jumlah minimum tayangan) per hari agar Anda memperoleh pendapatan dari penayangan pada hari itu.

Perbedaan pelaporan: Perbedaan ini jarang terjadi dan biasanya sangat kecil. Beberapa penyebab umum perbedaan dalam pelaporan mencakup zona waktu yang berbeda, pemfilteran spam, dan penundaan dalam penghitungan tayangan. Penayang selalu dibayar berdasarkan angka yang ditampilkan dalam pelaporan Ad Manager.

Pelaporan materi iklan

Pesanan, item baris, dan placeholder materi iklan dapat digunakan untuk melaporkan penayangan.

Jika Anda telah menetapkan ukuran inventaris dengan tepat di item baris proposal, seharusnya akan ada hubungan one-to-one antara materi iklan di Display & Video 360 dan placeholder materi iklan di Ad Manager. Kemudian, Anda dapat membuat laporan materi iklan di Alat Kueri berdasarkan placeholder ini.

Terdapat pengecualian untuk kampanye master/pengiring video. Meskipun Anda dapat menjalankan kampanye master/pengiring video, Ad Manager tidak mengumpulkan metrik terkait iklan pengiring yang dihosting di Display & Video 360. Akibatnya, laporan Ad Manager tidak akan merekam penayangan untuk iklan pengiring dalam pelaporan untuk kampanye terprogram.



Checklist praktik terbaik

Checklist di bawah membantu memastikan bahwa Anda tidak melewatkan apa pun saat menyiapkan kampanye Dijamin Terprogram.

Sebelum mengirim proposal Anda

- Konfirmasikan detail kampanye dengan pembeli Anda:
 - Tanggal penayangan
 - CPM/CPD
 - Anggaran
 - Penempatan (format, ukuran, platform, penargetan situs, geografis, dll.)
 - Kecepatan (merata, banyak di awal, atau secepat mungkin)
- Periksa apakah Anda memiliki inventaris yang cukup untuk menyelesaikan penayangan. Jalankan perkiraan berdasarkan CPM, anggaran, dan tanggal penayangan.
- Konfirmasikan pengiklan dan nama kursi milik pembeli Anda.

Sebelum memulai kampanye Anda

- Pastikan bahwa pembeli Anda telah mengupload materi iklan yang valid. Pastikan bahwa materi iklan:
 - Valid untuk ditayangkan
 - Sesuai dengan SSL
 - Tidak diblokir oleh Google atau setelan Ad Manager Anda di Pusat peninjauan iklan
 - Dikonfigurasi dengan ukuran yang tepat (bukan berupa materi iklan multi-ukuran untuk ukuran tunggal)
- Jika jaringan Anda telah ikut serta dalam [aktivasi manual](#), pastikan bahwa item baris yang sesuai diaktifkan
- Jalankan kembali perkiraan untuk memastikan bahwa item baris Anda tidak dipesan berlebih. Perubahan pada item baris lainnya dapat menyebabkan perubahan pada inventaris yang tersedia
- Periksa item baris Anda dan prioritas item baris bersaingnya. Jika ada dua kampanye Sponsor 100% yang dijalankan secara bersamaan, terdapat risiko kurang tayang
- Pastikan DSP telah menyelesaikan penyediaan yang diperlukan:



- Membuat kampanye di DSP dengan tanggal, CPM, tayangan yang benar, dll.
- Memilih materi iklan yang valid untuk setiap ID transaksi

Kasus khusus untuk materi iklan

- **Iklan alkohol**—pastikan memilih ikut serta untuk iklan alkohol pada setelan tingkat inventaris dan tingkat jaringan. Konfirmasikan bahwa negara Anda diizinkan untuk menayangkan iklan alkohol. [Pelajari lebih lanjut](#)
- **Materi iklan VPAID**—pastikan untuk [ikut serta dalam teknologi iklan VPAID](#) untuk inventaris ini. VPAID (Video Player-Ad Interface Definition) adalah standar IAB yang memungkinkan iklan video dan pemutar video saling berkomunikasi satu sama lain. [Pelajari lebih lanjut](#)
- **Iklan Roadblock atau Beberapa Materi Iklan dengan Ukuran yang Sama**—untuk menargetkan ukuran yang sama pada satu halaman, klik **Tampilkan detail materi iklan** pada bagian kolom "Ukuran" di item baris proposal. Tentukan jumlah bagi setiap ukuran untuk memastikan bahwa Ad Manager meminta jumlah materi iklan yang benar dari pembeli. Selain itu, pastikan Anda telah menyetel "[Tampilkan materi iklan](#)" menjadi **Semua** atau **Sebanyak mungkin**. [Pelajari lebih lanjut](#)
- **Sponsor CPD (biaya-per-hari)** (saat ini hanya tersedia dalam Display & Video 360)—menjual sponsor dengan tarif rata untuk jangka waktu tertentu.
 - Sponsor CPD tidak 100% menjamin bahwa iklan pembeli akan menjadi *satu-satunya* iklan yang muncul selama jangka waktu tersebut. Terkadang, Ad Manager mungkin tidak dapat menayangkan materi iklan pembeli—misalnya, materi iklan tidak didukung oleh browser pengguna. Namun, Ad Manager memastikan bahwa tayangan Anda sepenuhnya dimonetisasi dengan menayangkan iklan yang bersaing sebagai gantinya. Meskipun kejadian ini merupakan pengecualian, karena alasan ini Sponsor CPD **tidak boleh** dijual sebagai jaminan Pangsa Media 100%
 - Meskipun Sponsor CPD tidak boleh dijual sebagai jaminan Pangsa Media 100%, Anda dapat mengaktifkan kampanye ini dengan pengecualian kompetitif. Tindakan ini memberi kepastian pada pembeli bahwa iklan untuk merek atau produk serupa tidak akan ditayangkan bersama iklan mereka sendiri. [Pelajari lebih lanjut](#)
 - Sponsor CPD harus memenuhi atau melebihi [nilai minimum penagihan](#) pada hari tertentu penayangan iklan agar pengiklan dapat ditagih biaya, dan agar Anda mendapat



kompensasi atas penayangan untuk hari tertentu. Namun, penagihan dan kompensasi tidak didasarkan pada tayangan yang ditayangkan, tetapi pada tarif CPD yang disepakati

- **Iklan interstitial**—pastikan Anda telah memilih "Aplikasi seluler" sebagai jenis inventaris (sebelumnya dikenal sebagai "jenis lingkungan") dan bahwa ukuran interstitial yang benar telah dipilih. [Pelajari lebih lanjut](#)
- **Iklan yang tidak dipersonalisasi**—pastikan pembeli Anda **tidak** mengupload materi iklan pihak ketiga jika kampanye dijalankan pada traffic iklan yang tidak dipersonalisasi—misalnya, dikarenakan oleh Peraturan Perlindungan Data Umum (GDPR). Iklan yang tidak dipersonalisasi hanya didukung untuk kampanye yang dinegosiasikan dengan pembeli di Display & Video 360. [Pelajari lebih lanjut](#)
- **Cross-sell YouTube**—jika kampanye Anda menargetkan inventaris cross-sell YouTube, pastikan bahwa materi iklan pembeli Anda dibatasi untuk [Vendor Eksternal YouTube Certified](#). Cross-sell YouTube adalah fitur yang memungkinkan jaringan Anda berintegrasi dengan channel YouTube milik partner, dan hanya tersedia untuk kampanye yang dinegosiasikan dengan pembeli di Display & Video 360. [Pelajari lebih lanjut](#)
- **Iklan native**—pastikan pembeli telah mengupload ukuran persegi panjang dan persegi di Display & Video 360. Tidak ada persyaratan ukuran khusus untuk keduanya, tetapi rasio persegi panjang harus 1,91:1 atau dalam kisaran 10% dari rasio ini.



Pemecahan masalah

Penyiapan

Saya perlu melakukan perubahan pada item baris setelah mulai ditayangkan

Anda dapat melakukan perubahan pada proposal yang diselesaikan. Semua perubahan dilakukan melalui tab **Penjualan**, bukan tab **Penayangan**. [Pelajari lebih lanjut](#)

Saya tidak dapat menemukan pembeli saya pada daftar pembeli dari menu drop-down

Untuk pembeli Display & Video 360, nama pembeli ditampilkan sama di seluruh Display & Video 360 dan Ad Manager. Untuk DSP pihak ketiga lainnya, nama mungkin bervariasi dari yang diharapkan.

- Anda dapat memfilter berdasarkan nama untuk pembeli mana pun.
- Untuk pembeli Display & Video 360, Anda juga dapat memfilternya berdasarkan ID Partner.
- Untuk DSP pihak ketiga lainnya, Anda dapat memfilternya berdasarkan ID Akun.

Jika tidak yakin dengan ID ini, tanyakan kepada pembeli Anda. Anda dapat memfilter berdasarkan nama untuk partner mana pun. Untuk partner Display & Video 360, Anda juga dapat memfilternya berdasarkan ID Partner. Untuk DSP pihak ketiga lainnya, Anda dapat memfilternya berdasarkan ID Akun. Jika tidak yakin dengan ID ini, tanyakan kepada partner Anda.

Pembeli saya tidak muncul dalam daftar pembeli yang tersedia

Jika tidak melihat pembeli Anda dalam daftar, mungkin pembeli tidak valid untuk Dijamin Terprogram. Tidak semua pembeli dapat menegosiasikan kampanye Dijamin Terprogram. Coba filter berdasarkan nama pembeli, ID Partner (untuk pembeli Display & Video 360), atau ID Akun (untuk DSP pihak ketiga lainnya). Jika Anda tetap tidak dapat menemukan pembeli, hubungi kontak Anda dan konfirmasi bahwa pembeli dapat menegosiasikan kampanye Dijamin Terprogram.

Saya tidak melihat mata uang yang saya inginkan sebagai opsi

Anda dapat menegosiasikan kampanye Dijamin Terprogram dalam mata uang yang berbeda. Namun, mata uang tersebut harus ditambahkan ke jaringan Ad Manager Anda terlebih dahulu. Untuk menambahkan mata uang, izin administrator atau peran dengan izin serupa diperlukan. [Pelajari lebih lanjut](#)



Aplikasi seluler atau kampanye video saya menunjukkan 0 perkiraan tayangan

Pastikan Anda telah memilih [jenis inventaris](#) yang tepat (sebelumnya dikenal sebagai "jenis lingkungan") dalam item baris proposal Anda:

- Display
- Video in-stream
- Aplikasi seluler

Item baris proposal akan menampilkan perkiraan tayangan hanya jika jenis inventaris telah ditentukan.

Saya perlu menyiapkan satu proposal dengan aplikasi dan web seluler

Proposal dapat memiliki beberapa item baris proposal dengan jenis inventaris yang berbeda (sebelumnya dikenal sebagai "jenis lingkungan"). Satu item baris proposal dapat menentukan jenis inventaris "Aplikasi seluler" dan item baris lainnya dapat menentukan "Display". Namun, setiap item baris proposal harus melakukan transaksi berdasarkan jenis inventaris tunggal.

Saya ingin item baris proposal Transaksi Pilihan dan Dijamin Terprogram dalam satu proposal

Proposal hanya dapat berisi item baris proposal yang Dijamin Terprogram (Sponsor atau Standar) atau Transaksi Pilihan, bukan keduanya. Untuk memproses Transaksi Pilihan, siapkan proposal terpisah.

Saya tidak mengerti perbedaan antara terjual dan diselesaikan

Ketika pembeli menyetujui proposal, Ad Manager menetapkan status proposal sebagai **Diselesaikan** dan juga menandai proposal sebagai **Terjual**.

- **Terjual** adalah label yang diterapkan ketika pembeli menyetujui proposal untuk pertama kalinya. Sebutan **Terjual** selalu melekat pada proposal setelah diselesaikan.
- Proposal yang [dibuka kembali](#) untuk negosiasi ulang tidak akan lagi berstatus **Diselesaikan** setelah Anda mengirimkannya kepada pembeli. Namun, label **Terjual** akan tetap menunjukkan bahwa pesanan dan item baris yang sesuai ada, dan dapat siap tayang atau sedang ditayangkan berdasarkan persyaratan yang dinegosiasikan sebelumnya.

Saya perlu melakukan perubahan pada proposal yang diselesaikan

Proposal yang diselesaikan hanya dapat diedit jika Anda [membuka kembali](#) proposal tersebut. Ubah proposal yang terjual dengan mengklik "Buka kembali" di bagian kanan atas proposal.



Saya mengarsipkan item baris proposal dan sekarang ingin membatalkan pengarsipannya dalam proposal yang diselesaikan

Proposal yang diselesaikan hanya dapat diedit jika Anda [membuka kembali](#) proposal tersebut. Untuk melakukan perubahan, klik Buka kembali di kanan atas detail proposal. Setelah membuka kembali proposal, temukan item baris proposal yang diarsipkan dan batalkan pengarsipannya. Membatalkan pengarsipan item baris proposal akan memicu negosiasi ulang. Perubahan Anda tidak akan dikirim ke penayangan iklan kecuali Anda mengirimkan ulang proposal kepada pembeli, dan pembeli telah menyetujuinya.

Saya melihat peringatan materi iklan dan saya tidak yakin apa maksud dari pesan ini

Notifikasi peringatan materi iklan berarti bahwa pembeli belum menyiapkan kampanye miliknya dan mengupload materi iklan dalam Display & Video 360. Sebelum pembeli menyelesaikan persiapan kampanye dan mengupload materi iklan, kampanye tersebut tidak akan ditayangkan. Jika Anda melihat peringatan materi iklan, hubungi pembeli untuk memastikan bahwa pembeli telah mengonfigurasi item baris dan materi iklan dengan benar di Display & Video 360.

Peringatan atau notifikasi materi iklan hanya tampil untuk proposal yang dinegosiasikan dengan pembeli Display & Video 360. Peringatan materi iklan tidak ditampilkan untuk Authorized Buyers pihak ketiga. Berkoordinasilah dengan pembeli yang menggunakan DSP lain untuk memastikan bahwa pembeli telah menyelesaikan persiapan dan mengupload materi iklan dengan benar.

Penayangan

Saya menggunakan Pengelolaan Partner Skala Besar dan item baris saya tidak diproses dengan benar

Mungkin ada masalah dengan domain partner atau konfigurasi partner lainnya. Di bagian tab "Memecahkan masalah" item baris, Anda mungkin melihat [penyebab gagal tayang](#):

URL tidak diizinkan untuk melakukan transaksi dengan Langsung Terprogram

Pastikan bahwa hal-hal berikut benar:

- Domain tempat iklan pembeli akan ditayangkan telah diklasifikasikan di bagian tab "Admin".

[Pelajari lebih lanjut](#)



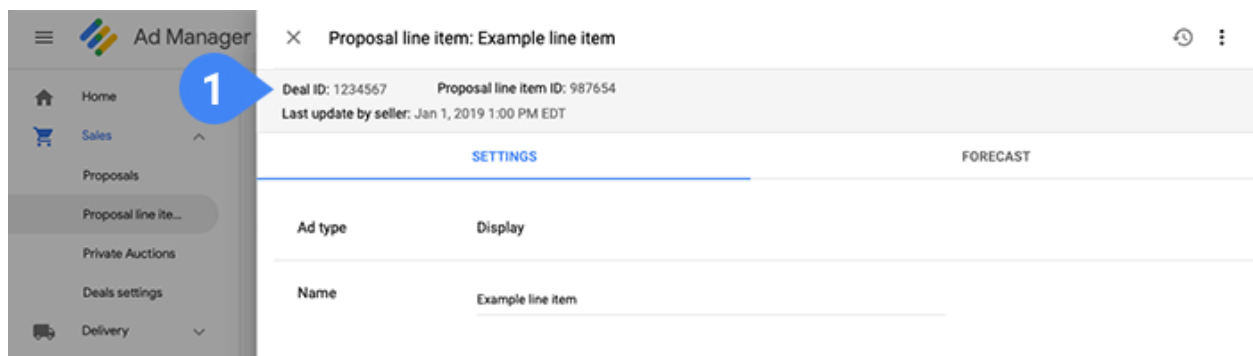
- Partner telah mengizinkan jaringan Anda untuk menjual inventaris domain miliknya melalui ads.txt. [Pelajari lebih lanjut](#)
- Kampanye, termasuk URL tempat materi iklan ditayangkan, mematuhi [Panduan Partner](#).

Saya perlu menemukan lokasi ID transaksi

ID transaksi digunakan bersama oleh Ad Manager dan Display & Video 360 atau DSP lainnya. ID tersebut hanya dibuat setelah pembeli menyetujui proposal dan menyelesaikannya. ID transaksi merujuk ke item baris proposal dan objek penayangan paralelnya di DSP pembeli Anda. Anda dapat menemukan ID ini di kedua sistem. Jika Anda mencoba memecahkan masalah, bagikan ID transaksi dengan pembeli Anda agar pembeli dapat menemukan objek penayangan paralelnya.

Anda juga dapat melihat "ID item baris proposal" dan "ID item baris" di Ad Manager. ID ini tidak merujuk pada apa pun di Display & Video 360 atau DSP lainnya dan hanya berguna di dalam Ad Manager itu sendiri.

Untuk menemukan ID transaksi, buka bagian atas halaman detail item proposal dan cari "ID transaksi" ①.



Saya menggunakan ukuran non-standar dan item baris saya tidak menayangkan atau ditayangkan

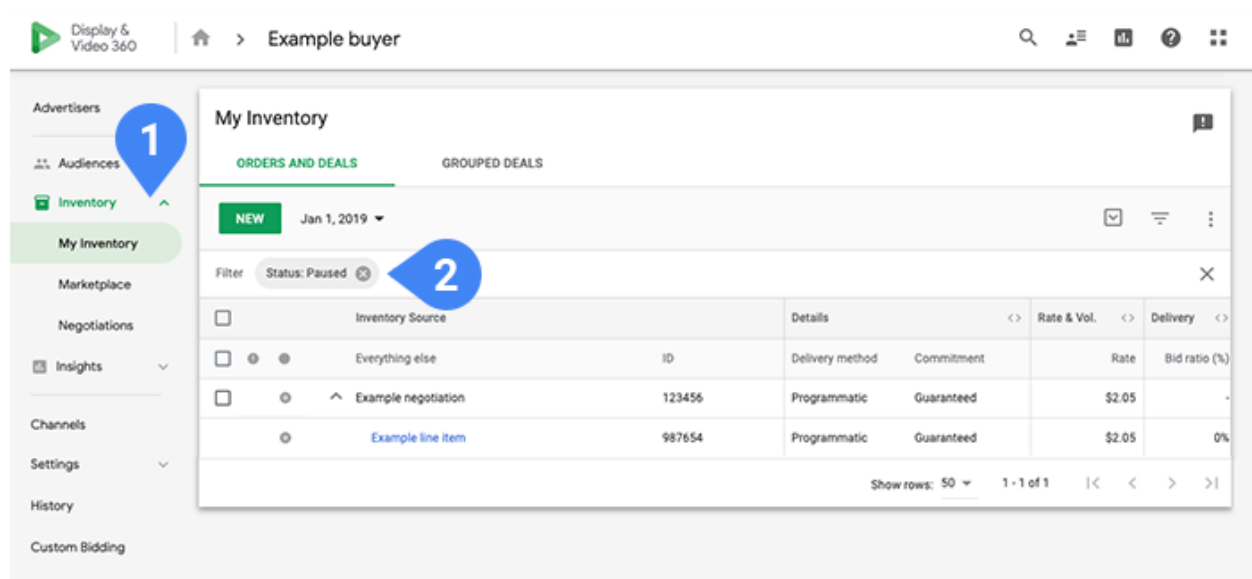
Ukuran inventaris dalam permintaan iklan harus sesuai dengan yang ditentukan dalam ukuran item baris proposal. Anda tidak dapat [mengganti setelan materi iklan](#) dalam kampanye Dijamin Terprogram.



Saya menjeda dan melakukan perubahan pada proposal, tetapi pembeli saya tidak dapat menemukannya untuk menyetujui perubahan

Pembeli dapat menemukan kampanye yang diijeda dengan membuka **Inventaris**, lalu **Inventaris Saya**

①. Pembeli harus memfilter status **Dijeda** ② untuk menemukan proposal dan menyetujui perubahan.



Saya ingin mengetahui apakah aturan pemblokiran Ad Exchange atau aturan penetapan harga berlaku

Tidak, aturan ini tidak berlaku untuk Dijamin Terprogram. Dalam kasus kampanye Langsung Terprogram, Perlindungan selalu diganti. Pengecualian adalah aturan yang mengatur cookie dan data pengguna, serta teknologi iklan tertentu seperti [VPAID](#). Aturan penetapan harga terpadu juga tidak berlaku. Ad Manager tidak berlaku untuk Perlindungan atau aturan penetapan harga terpadu. Hal ini memastikan bahwa inventaris yang telah dinegosiasikan dalam kampanye bebas ditayangkan sebagaimana mestinya. [Pelajari lebih lanjut](#)

Pembeli melakukan bidding tetapi item baris tidak diproses

Alasan paling umum kampanye tidak diproses adalah:

- Pembeli merespons dengan materi iklan yang dipersonalisasi pada traffic yang tidak dipersonalisasi. Pastikan bahwa pembeli Anda memiliki materi iklan untuk traffic yang tidak dipersonalisasi. Hal ini sangat relevan saat menayangkan iklan di Uni Eropa (UE) untuk mematuhi Peraturan Perlindungan Data Umum (GDPR).
- Pembeli merespons dengan materi iklan VPAID saat permintaan bukan untuk VPAID.



- Untuk penayang yang menggunakan Pengelolaan Partner Skala Besar (SPM), Anda atau administrator Anda belum [mengklasifikasikan domain](#) atau mengizinkan domain dalam ads.txt, atau domain tersebut tidak mematuhi [Panduan Partner Google Ad Manager](#).
- Mungkin ada item baris lain yang bersaing (transaksi dipesan berlebih).
- Pembeli tidak melakukan bidding dengan harga transaksi yang tepat.
- Mungkin ada masalah rendering (biasanya inventaris dalam aplikasi dan video).

Item baris lainnya mengalahkan item baris Dijamin Terprogram saya dalam persaingan dan ditayangkan

Sebagaimana semua item baris, tempat terbaik untuk melihatnya adalah tab “Memecahkan masalah” dari item baris yang Anda harapkan untuk ditayangkan. Di tab tersebut, Anda akan melihat rincian terkait alasan item baris ini kalah dalam persaingan dan item baris bersaing yang telah mengalahkannya.

Beberapa [penyebab umumnya](#) adalah:

- Pembeli eksternal tidak merespons.
- URL tidak diizinkan untuk melakukan transaksi dengan Langsung Terprogram.
- Kalah dalam persaingan untuk item baris dengan prioritas lebih tinggi.

Pembeli tidak merespons dan saya ingin memperbaiki kampanye saya agar pembeli merespons

Hubungi pembeli untuk memahami penyebab pembeli tidak melakukan bidding. Hal ini biasanya adalah masalah penyiapan dalam platform DSP dan dapat diselesaikan dengan mudah. Pembeli dapat melaporkan ke tim dukungan DSP-nya sesuai kebutuhan. Dukungan Ad Manager tidak akan memiliki analisis terkait penyebab pembeli tidak merespons dan tidak dapat membantu memecahkan masalah ini.

Saya telah memilih ikut serta untuk iklan alkohol, tetapi item baris saya dengan materi iklan alkohol tetap tidak ditayangkan

Agar Dijamin Terprogram menayangkan materi iklan alkohol, Anda harus memilih ikut serta pada tingkat inventaris dan tingkat jaringan. [Pelajari lebih lanjut](#).

Sampaikan pendapat Anda

Sampaikan pendapat Anda tentang panduan ini dalam [survei singkat](#).

