

Чек-лист “Контекст 2018”

С помощью этого чек-листа вы сможете проверить ваши рекламные кампании в Яндекс Директ и Google AdWords.

Сайт и аналитика

- Установить на все страницы сайта код Yandex.Metrika и/или Google Analytics.
- Создать и настроить цели под конверсионные действия (заказ, оставил контакты, заказал звонок) . Проверить работу целей.
- Связать аккаунты Adwords и Analytics в настройках сервиса Google Analytics.
- Если Yandex Direct и Yandex Metrika находятся на разных аккаунтах, в настройках метрики дать доступ к статистике рекламного аккаунта.
- Для интернет-магазинов желательно настроить E-commerce в Analytics и Metrika.
- Настроить call-tracking, если ожидается большая доля заявок по телефону.

Ключевые слова

- ❑ Определить ключевые темы, составить для каждой список из нескольких ключевых слов. Отфильтровать все запросы по релевантности вашим услугам/товарам. Убрать низкочастотные запросы.
- ❑ Сгруппировать ключевые слова, объединив запросы в группы, близкие по смыслу. Это поможет вам не только ускорить создание кампании, но и защититься от статуса «Мало показов».
- ❑ Составить список минус-слов, чтобы исключить нерелевантные клики. Вы можете найти готовые списки популярных минус-слов в сети.
- ❑ Проверить типы соответствия ключевых слов. Проверьте модификаторы соответствия в Google AdWords (точное, широкое) и директе (кавычки).
- ❑ Проверить ключевые слова на наличие пересечений. Яндекс Директ, в отличие от AdWords, не выдает предупреждения о пересечениях.
- ❑ Обеспечить релевантность страниц сайта под каждую группу ключевых слов.

Объявления

Убедитесь, что заголовок соотносится с ключевыми словами. Для экономии времени вы можете использовать шаблоны. (#текст объявления#)

Тексты объявлений должны быть релевантны целевой странице. Направляя клиента на не релевантную страницу, вы делаете клик дороже, при этом повышая процент отказов на сайте.

Все ссылки ведут на корректные поддомены сайта, если они у вас есть.

Тексты объявлений содержат конкретику и не содержат опечаток, пунктуационных ошибок.

В тексте указаны цены на услуги, есть призыв к действию.

В объявлениях прописаны отображаемые ссылки.

UTM-метки проставлены, в них нет ошибок.

В объявления добавлены адреса, номера телефонов, данные об организации, дополнительные ссылки и иные расширения, предусмотренные рекламной системой.

Кампании

Корректно выставлены географический таргетинг, язык, настроено расписание показов.

Заданы корректировки ставок при необходимости.

Кампании желательно разделить на поиск и сети.

Для гарантии корректного отображения статистики в Direct, укажите в настройках кампании номер счетчика.

Перепроверьте все настройки и выключите лишние.

Рассчитайте допустимую цену конверсии.

Рентабельность рекламы

Рассчитана максимальная цена клика для каждого объявления.

Сбор статистики нацелен на расчёт ROI (рентабельность инвестиций)

Подключены системы сквозной аналитики, либо прописана финансовая составляющая цели в Яндекс Метрике и Google Analytics.

Оптимизация после запуска

Удостовериться, что все объявления прошли модерацию.

В системах аналитики проверить, чтобы все рекламные кампании распознавались системами.

Еще раз проверить правильность расстановки utm-меток.

Когда наберется статистика, подтяните или опустите ставки по ключевым словам.

В первые 1-3 дня проверяйте трафик и затраты.

Некогда разбираться?

Профессионально настроим Яндекс Директ и Google AdWords, а также системы аналитики.

<https://hi-techmedia.ru>



+7 (8352) 22-86-26