



Чеклист настройки рекламных кампаний

1. Общее для Яндекс Директа и Гугл Адвордс

1.1 Текст рекламного объявления соответствуют требованиям русского, английского, французского языков (основной язык рекламной кампании устанавливаете в настройках, в зависимости от целевого гео): орфография, грамматика, пунктуация.

1.2 Текст рекламного объявления написан с соблюдением закона о рекламе.

1.3 УТП транслируете без дублей в:

- заголовке
- основном тексте
- расширениях
- быстрых ссылках
- дополнительных ссылках
- уточнения
- отображаемый УРЛ

1.4 В объявлениях и расширениях по максимуму используйте пространство для заполнения текстом.

1.5 Используйте ключевые слова без дублей.

1.7 Установите временной таргетинг согласно задачам кампании.

2. Яндекс Директ

2.1 Общее

2.1.1 Тестируйте стратегию оптимизация по цели «Заявка или Заказ» — предварительно создана в связанном аккаунте Яндекс Метрики).

2.1.2 Прописан счетчик Яндекс Метрики сайта в качестве дополнительного.

2.1.3 Используйте расширенную разметку ссылок, для детальной аналитики.

2.1.4 Максимально используйте расширения Директа:

- Виртуальная визитка с адресом и телефоном
- Ближайшее метро
- Максимально заполняйте уточнения, дополнения
- Расширенные быстрые ссылки
- Отображаемый УРЛ
- На сайте есть и проиндексирована иконка

2.1.6 Установите основные ставки для всех ключевых слов.

2.1.6 Используйте инструменты удержания позиций и ставок.

2.1.5 Установите лимит по бюджету на кампании

Используйте стандартный режим показов.

2.2 На поиске

2.2.1 Настройте трансляцию УТП основного текста объявлений корректно переносите в длинный заголовок.

2.2. Пропишите минус-слова на кампанию.

2.2.3 Исключите дубли на кампании. Проведите кросс-минусовку ключей.

2.2.4 Используйте показы в первых трёх размещениях.

Отключите показы в РСЯ.