

Как настроить контекстную рекламу

Настраиваете контекстную рекламу? Воспользуйтесь нашим чек-листом, чтобы ничего не забыть:

- Семантика для приоритетных групп сформирована.
- Структура рекламной кампании сформирована.
- Сформированы шаблоны объявлений с включением тезисов.
- На аккаунт Яндекс.Директа выдан доступ от Яндекс.Метрики.
- Настроены цели для рекламной кампании в системе Яндекс.Метрики.
- Проверены ключевые цели, они работают.
- Установлен код электронной коммерции для Гугл Аналитики, и он работает.
- На аккаунт Яндекс.Директа выдан доступ от Яндекс.Метрики.
- Сформированы 3 объявления: одно с включением тезисов, второе общее, третье эмоциональное.
- Если кампания — временная акция, то выставлена дата начала и окончания.

Продолжение чек-листа на следующей странице →

- Выставлена ручная стратегия в Яндекс.Директе.
- Выставлены группы ретаргетинга.
- Назначен геотаргетинг и расписание показов.
- Настроена и включена виртуальная визитка в Яндекс.Директе.
- Минус-слова на кампанию подобраны.
- В Яндекс.Директе фразы переминусованы на уровне кампаний.
- Показы в рекламной сети запрещены.
- В Яндекс.Директе выключены показы по дополнительным релевантным фразам (ДРФ).
- В Яндекс.Директе включен мониторинг сайта.
- В Яндекс.Директе указан дополнительный счетчик Яндекс.Метрики, разметка ссылок включена.
- В Яндекс.Директе отключена подстановка части текста в заголовок.
- Если нет адаптивной версии сайта, выставить корректировку на мобильные устройства — 50%.

Продолжение чек-листа на следующей странице →

- В Яндекс.Директ в запрещенные площадки добавлено `images.yandex.ru`, `m.images.yandex.ru`.
- Настроены расширения объявлений.
- Сформирована отображаемая ссылка для всех объявлений.
- Убраны дубли ключевых запросов в одной кампании.
- Назначены первоначальные ставки такими, чтобы фактическая цена клика равна искренней ставке.
- Все ссылки помечены UTM-метками.
- Сформирована отдельная кампания для поисковых партнеров.
- Сформированы отдельные объявления для РСЯ/КМС.
- В Яндекс.Директе показы в поиске выключены.
- К каждому объявлению добавлены привлекающие внимание изображения.
- Фразы скорректированы до масок.
- Оставлены только самые необходимые минус-слова.

Продолжение чек-листа на следующей странице →

Чек-лист. Как настроить контекстную рекламу

- Базовые мусорные площадки добавлены в список запрещенных площадок: это, например, wi-fi.ru или Авито.
- Сформирована отдельная кампания для стандартного ремаркетинга.
- Нет отклоненных объявлений в кампании.