

Чек-лист настроек для эффективного продвижения

Чек-лист

Что проверить на сайте и в настройках кампании, чтобы продвижение работало эффективно

Сайт

- ☐ Сайт корректно отображается на всех устройствах во всех браузерах и загружается не дольше двух секунд. [Как проверить время загрузки сайта](#)
- ☐ Указан актуальный номер телефона, форма заявки работает корректно
- ☐ Навигация интуитивно понятная, пользователь может быстро найти нужную информацию
- ☐ Информация о компании, услугах и ценах актуальна
- ☐ Все продвигаемые страницы сайта доступны, открываются без ошибок

Аналитика

- ☐ На всех страницах сайта установлен счётчик Яндекс Метрики. Данные передаются корректно. [Как проверить работу счётчика](#)
- ☐ В счётчике Метрики корректно настроены цели, которые соответствуют задачам бизнеса. [Как проверить цели](#)
- ☐ Настроена передача данных об офлайн-конверсиях. [Как настроить передачу](#)
- ☐ Настроен колтрекинг, чтобы отслеживать звонки. [Как настроить колтрекинг](#)
- ☐ Номер корректно подменяется: каждому посетителю сайта показывается уникальный номер телефона

Структура аккаунта

- ☐ Кампании структурированы по направлениям деятельности, географии, сезонности
- ☐ Нет излишнего деления кампаний. Во всех кампаниях есть минимум 10 конверсий в неделю
- ☐ На общем счёте аккаунта достаточно средств, чтобы объявления показывались непрерывно, или подключены автоплатёж, отсрочка, овердрафт
- ☐ Если установлено ограничение дневного бюджета на аккаунт, его достаточно, чтобы трафик равномерно распределялся между кампаниями с учётом ограничений бюджета в них
- ☐ Подключён телеграм-бот Директа

Настройки кампании

- ☐ Добавлена информация об организации из Яндекс Бизнеса
- ☐ Настроен круглосуточный показ объявлений
- ☐ Настроены показы в Поиске и Рекламной сети Яндекса или есть отдельные кампании для Поиска и РСЯ
- ☐ Настроены показы на Динамических местах на поиске^β.
Как настроить показы
- ☐ На уровне кампании не заданы корректировки, которые могут сильно сузить охват. Как использовать корректировки
- ☐ Подключён мониторинг доступности сайта. Как работает мониторинг
- ☐ Указана почта для уведомлений
- ☐ Настройки кампании корректируются не чаще чем раз в 2–3 дня
- ☐ Добавлены промоакции на уровне кампании или группы.
Как добавить промоакции
- ☐ В блоке «Директ помогает» подключена опция «Оптимизировать текст объявлений под запрос»

Стратегии

- ☐ Настроена конверсионная стратегия. Рекомендуем выбирать стратегию «Максимум конверсий» с оплатой за клики с ограничением по средней цене конверсии. [Подробнее о стратегии](#)
- ☐ Выбрана автоматическая модель атрибуции.
[Как это настроить и зачем](#)
- ☐ Для оптимизации используются все важные для бизнеса цели: звонок, отправка заявки, запись на консультацию и т. д.
- ☐ Цена конверсии соответствует историческим данным и бизнес-показателям. [Как рассчитать цену конверсии](#)
- ☐ Недельного бюджета достаточно для покупки 10 конверсий. Если в стратегии несколько целей для оптимизации, минимальный бюджет рассчитан по стоимости самой дорогой из них
- ☐ Бюджет и стоимость конверсии изменяются не чаще раза в неделю и не больше чем на 20–30%.

Настройки группы

- ☐ Для таргетинга выбран корректный регион, который соответствует географии бизнеса и логистическим возможностям компании
- ☐ Ключевые фразы релевантны продвигаемому продукту
- ☐ Нерелевантные запросы добавлены в список [минус-фраз](#)
- ☐ Настроены показы по интересам и привычкам. [Подробнее](#)
- ☐ Есть отдельные группы для [ретаргетинга](#) со сценариями на постоянных клиентов и пользователей, которые на них похожи, а также на тех, кто не отправил заявку

Настройки объявлений

- ☐ В заголовках и текстах нет ошибок и опечаток
- ☐ Заголовки и тексты соответствуют требованиям модерации
- ☐ В заголовках и текстах объявлений чётко и понятно описано, что продвигается
- ☐ Креативы и страницы перехода релевантны запросам
- ☐ Загружены разные форматы изображений и видео
- ☐ Используются разные типы объявлений: текстово-графические, товарные, страницы каталога, нейрообъявления
- ☐ В каждой группе с текстово-графическими объявлениями есть 3–5 вариантов креативов
- ☐ Заполнены все элементы объявления: дополнительный заголовок, быстрые ссылки, карточка организации, уточнения, видео и т. д.
Подробнее об элементах объявлений