



Аналитика контекстных рекламных кампаний

- Анализируем цену клика.

Чем лучше проработано объявление на соответствие запросу и отработан список минус слов, тем оно имеет выше CTR и стоимость звонка снижается.

- Хорошо проработаны Брендовые запросы

- Проработаны объявления

Ключевой запрос должен максимально полно входить в заголовок объявления, чтобы выделить ключевые слова и повысить внимание к объявлению и, как следствие, повысить CTR.

- Настроена стратегия показов

Преимущественная стратегия - " Ручное управление ставками" + подключенный BID менеджер для корректировки ставок.

- Проработана семантика запросов

Рекламодатель показывается по целевым запросам и отсутствуют запросы которые приведут на его сайт не целевой трафик.

- Объявления соответствуют посадочным страницам.

- БС соответствуют посадочным страницам.

- Проработаны минус слова

отминусованны слова, которые приводят нецелевой трафик. Проводится добор запросов

- Прописаны utm метки в объявлениях и БС

- Не менее 3 видов объявлений в группе

- Добавлен счетчик метрики в параметрах РК в Я.Директ

- Аккаунты Google Ads и Analytics связаны и интегрированы цели
- Проводится фильтрация нецелевых площадок
- Все форматы объявлений отображаются корректно, не теряя основное УТП

Создано с помощью онлайн сервиса Чек-лист | Эксперт: <https://checklists.expert>

[как это убрать?](#)