

Чек-лист AdWords запуск поисковой рекламной кампании (для профи)

Чек-лист для запуска поисковой рекламной кампании в AdWords. Сверяйтесь, чтобы не упустить ничего важного. Обращаю Ваше внимание, что чек-лист рассчитан на профессионалов и подразумевает создание рекламной кампании в Excel с последующей выгрузкой в аккаунт AdWords через AdWords Editor. Данные шаги не подходят для создания РК непосредственно в аккаунте AdWords без использования шаблонов.

#чеклистреклама

1. Подготовка к запуску рекламной кампании

	1.1 Сформулированы и согласованы задачи для рекламной кампании Сформировано УТП, известны и согласованы КРІ и другие показатели эффективности
	1.2 Определена целевая аудитория Пол, возраст, география, социальный статус, образование, интересы и пр.
	1.3 Проведена предварительная оценка рекламного бюджета / объема трафика за указанный бюджет
	Считаем прогноз на основании известных данных (конверсия, размер бюджета, КРІ и пр.)
	1.4 Проведен анализ конкурентов Нужно понять кто наши конкуренты, какие рекламные инструменты они используют.
2.	Техническая подготовка к запуску AdWords
	2.1 Получен доступ / создан клиентский аккаунт AdWords

	Получаем / создаем аккаунт HE AdWords Express
	2.2 Аккаунт добавлен в AdWords Editor Необходимо подтвердить права в Editor и импортировать аккаунт
	2.3 Получен доступ к Google Analytics На рекламируемом сайте должен быть установлен счетчик Google Analytics
	2.4 Проверены и настроены цели в Google Analytics ориентированные на рекламные задачи Цели для интернет магазина Добавление товара в корзину Спасибо за заказ Воронка продаж от корзины до спасибо Настройка электронной торговли Цель "Подписка" Цель "Регистрация на сайте" Цель "Онлайн чат" Цель "Обратная связь"
	2.5 Связаны аккаунты AdWords и Analytics
	2.6 Импортированы цели из Google Analytics в AdWords Для корректной работы алгоритмов Google ориентированных на конверсии необходимо их загрузить из Analytics
3.	Подготовка шаблона PK в Excel
	3.1 Собраны ключевые слова / разбиты по группам После того, как список ключевых слов собран, их необходимо распределить по группам. Дробите ключевые слова на группы настолько, насколько это возможно, вплоть до одного ключа в группе (Google рекомендует использовать не более 20-30 ключевых слов в одной группе).
	3.2 Собраны минус-слова на кампанию группу ключ Минус слова отмечаем в компановщике, а так же собираем с помощью сервисов
	3.3 Написаны развернутые текстовые объявления по принципу 1 ключ $= 1$ объявление
	$Headline\ 1=30\ Headline\ 2=30\ Description=80\ Path\ 1=15\ Path\ 2=15$

3.4	4 Объявления содержат УТП и не дублируют объявления конкурентов Проявляем фантазию, выделяемся!
	3.5 Для разной ЦА написаны разные объявления Необходимо писать объявления с учетом целевой аудитории.
	3.6 Путь содержит ключевые слова в каждом объявлении site.ru/реклама/AdWords
	3.7 URL посадочной станицы соответствует тексту объявления и ключевому слову
	3.8 Каждое объявление имеет ссылку на мобильную версию сайта. Мобильный URL Если нет мобильной версии сайта, в это поле копируется основная ссылка
4.	Выгрузка шаблона в AdWords Editor
	4.1 Шаблон успешно импортирован в AdWords Editor Аккаунт - Импорт - Вставить текст
	4.2 Выставлены даты начала РК и окончания (если требуется)
	4.3 Прописан шаблон отслеживания для каждого объявления в соответствии с внутренними стандартами Стандарты заполнения UTM меток в кампании GIPOTEZA
	4.4 Кампания проверена на наличие критических ошибок. Ошибки исправлены в Editor Все ошибки помечаются красным кругом. Предупреждения - желтый треугольник
	4.5 Проверены и удалены дубли ключевых слов Editor - Инструменты - Найти повторяющиеся ключевые слова
	4.6 Кампания выгружена на клиентский аккаунт В случае появления ошибок при выгрузке, необходимо исправить ошибку и повторить

5.	Подготовка РК на уровне клиентского аккаунта
	5.1 Минус-слова загружены в общую библиотеку и привязаны к своим кампаниям группам соотвественно
	Использовать общую библиотеку для минус слов на уровне кампаний и групп объявлений
	5.2 Бюджет. Созданы отдельные бюджеты в общей библиотеке Имеет смысл выделять отдельные бюджеты на Москву, СПб и регионы, а так же на акции и самый ходовой вид товара
	5.3 Настроены платежные данные клиента. Выставлен счет на рекламу или деньги на аккаунте есть
6.	Подготовка РК на уровне Кампании
	6.1 Настройки кампании: ТОЛЬКО ПОИСКОВАЯ СЕТЬ - Все функции
	6.2 Настройка Устройства - проверить корректность отображения сайта на моб. устройствах Внести корректировки по ставкам например: моб +20% или моб100% если нужно отключить моб. трафик
	6.3 Настройки Местоположение - соответствует задаче клиента. Корректировки по спец. местоположениям внесены. Для пользователей из Москвы и Спб - добавить корректировку на ЦАО и Центральный район Спб
	6.4 Языки русский + английский Актуально только для России. Если делаем РК для других стран - выставляются соответствующие языки

	6.5 Выбрана стратегия назначения ставок
	Стратегия назначения ставок выбирается исходя из бюджета и задач клиента
	6.6 Добавлено расширение: Дополнительные ссылки минимум 4
	6.7 Добавлено расширение: Уточнения 4 уточнения минимум
	6.8 Добавлено расширение: Телефон
	6.9 Добавлено расширение: Адрес
	Адрес добавить может только хозяин аккаунта
	6.10 Добавлено расширение: Цена
	Если это необходимо, например вы работаете над РК для интернет-магазина
	6.11 Добавлено расширение: Структурированное описание
	6.12 Добавлено расширение: Отзывы
	При условии, что имеются хорошие отзывы из проверенных источников
	6.13 Установлен временной таргетинг
	Расписание показа объявлений (по умолчанию стоит 24/7)
7.	Автоматизация
	7.1 Ключевые слова в аккаунте прошли кросс-минусацию http://soft.sotnik.biz/crossm.php - например тут
	7.2 На вкладке Объявления настроено автоматическое удаление "плохих" объявлений
	7.3 На вкладке Объявления добавлен столбец "Подробная информация о правилах" рядом со статусом модерации

	Чек-лист команды: <u>http://gipoteza.su</u>
	8.1 Загрузить в Editor все изменения в аккаунте
8.	Обратная выгрузка в Editor
	7.7 Включены столбцы, отображающие количество и стоимость конверсии
	Только если нет жестких ограничений по цене клика от клмента
	7.6 Добавлены правила автоматизации, которые меняют цену на клик что-бы объявление показывалось на 1-2-3 месте
	качества Срабатывание правила лучше ставить на ночь 1 раз в неделю
	7.5 Настроено правило для удаления ключевых слов с показателем
	7.4 Включен столбец "Показатель качества" на уровне ключевых слов
	Очень удобно видеть сразу почему объявление не прошло модерацию и как исправить.