



## 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

### Подготовка к запуску рекламной кампании

- Сформулированы и согласованы задачи для рекламной кампании  
*Сформировано УТП, известны и согласованы KPI и другие показатели эффективности*
- Определена целевая аудитория  
*Пол, возраст, география, социальный статус, образование, интересы и пр.*
- Проведена предварительная оценка рекламного бюджета / объема трафика за указанный бюджет  
*Считаем прогноз на основании известных данных (конверсия, размер бюджета, KPI и пр.)*
- Проведен анализ конкурентов  
*Нужно понять кто наши конкуренты, какие рекламные инструменты они используют.*

### Техническая подготовка к запуску AdWords

- Получен доступ / создан клиентский аккаунт AdWords  
*Получаем / создаем аккаунт НЕ AdWords Express*

Аккаунт добавлен в AdWords Editor

*Необходимо подтвердить права в Editor и импортировать аккаунт*

Получен доступ к Google Analytics

*На рекламируемом сайте должен быть установлен счетчик Google Analytics*

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"*

Связаны аккаунты AdWords и Analytics

Импортированы цели из Google Analytics в AdWords

*Для корректной работы алгоритмов Google ориентированных на конверсии необходимо их загрузить из Analytics*

## **Подготовка шаблона РК в Excel**

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).*

Собраны минус-слова на кампанию | группу | ключ

*Минус слова отмечаем в компановщике, а так же собираем с помощью сервисов*

Написаны развернутые текстовые объявления по принципу 1 ключ = 1 объявление

*Headline 1 = 30 Headline 2 = 30 Description = 80 Path 1 = 15 Path 2 = 15*

Объявления содержат УТП и не дублируют объявления конкурентов

*Проявляем фантазию, выделяемся!*

- Для разной ЦА написаны разные объявления  
*Необходимо писать объявления с учетом целевой аудитории.*
- Путь содержит ключевые слова в каждом объявлении  
*site.ru/реклама/AdWords*
- URL посадочной страницы соответствует тексту объявления и ключевому слову
- Каждое объявление имеет ссылку на мобильную версию сайта.  
Мобильный URL  
*Если нет мобильной версии сайта, в это поле копируется основная ссылка*

## **Выгрузка шаблона в AdWords Editor**

- Шаблон успешно импортирован в AdWords Editor  
*Аккаунт - Импорт - Вставить текст*
- Выставлены даты начала РК и окончания (если требуется)
- Прописан шаблон отслеживания для каждого объявления в соответствии с внутренними стандартами  
*Стандарты заполнения UTM меток в кампании GIPOTEZA*
- Кампания проверена на наличие критических ошибок. Ошибки исправлены в Editor  
*Все ошибки помечаются красным кругом. Предупреждения - желтый треугольник*
- Проверены и удалены дубли ключевых слов  
*Editor - Инструменты - Найти повторяющиеся ключевые слова*
- Кампания выгружена на клиентский аккаунт  
*В случае появления ошибок при выгрузке, необходимо исправить ошибку и повторить*

## Подготовка РК на уровне клиентского аккаунта

- Минус-слова загружены в общую библиотеку и привязаны к своим кампаниям | группам соответственно  
*Использовать общую библиотеку для минус слов на уровне кампаний и групп объявлений*
- 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*
- Настроены платежные данные клиента. Выставлен счет на рекламу или деньги на аккаунте есть

## Подготовка РК на уровне Кампании

- Настройки кампании: ТОЛЬКО ПОИСКОВАЯ СЕТЬ - Все функции
- Настройка Устройства - проверить корректность отображения сайта на моб. устройствах  
  
*Внести корректировки по ставкам например: моб +20% или моб. -100% если нужно отключить моб. трафик*
- Настройки Местоположение - соответствует задаче клиента.  
Корректировки по спец. местоположениям внесены.  
*Для пользователей из Москвы и Спб - добавить корректировку на ЦАО и Центральный район Спб*
- Языки русский + английский  
*Актуально только для России. Если делаем РК для других стран - выставляются соответствующие языки*
- Выбрана стратегия назначения ставок

Стратегия назначения ставок выбирается исходя из бюджета и задач клиента

- Добавлено расширение: Дополнительные ссылки  
*минимум 4*
- Добавлено расширение: Уточнения  
*4 уточнения минимум*
- Добавлено расширение: Телефон
- Добавлено расширение: Адрес  
*Адрес добавить может только хозяин аккаунта*
- Добавлено расширение: Цена  
*Если это необходимо, например вы работаете над РК для интернет-магазина*
- Добавлено расширение: Структурированное описание
- Добавлено расширение: Отзывы  
*При условии, что имеются хорошие отзывы из проверенных источников*
- Установлен временной таргетинг  
*Расписание показа объявлений (по умолчанию стоит 24/7)*

## **Автоматизация**

- Ключевые слова в аккаунте прошли кросс-минусацию  
<http://soft.sotnik.biz/crossm.php> - например тут
- На вкладке Объявления настроено автоматическое удаление "плохих" объявлений
- На вкладке Объявления добавлен столбец "Подробная информация о

правилах" рядом со статусом модерации

*Очень удобно видеть сразу почему объявление не прошло модерацию и как исправить.*

Включен столбец "Показатель качества"

*на уровне ключевых слов*

Настроено правило для удаления ключевых слов с показателем качества

*Срабатывание правила лучше ставить на ночь 1 раз в неделю*

Добавлены правила автоматизации, которые меняют цену на клик, чтобы объявление показывалось на 1-2-3 месте

*Только если нет жестких ограничений по цене клика от клиента*

Включены столбцы, отображающие количество и стоимость конверсии

## **Обратная выгрузка в Editor**

Загрузить в Editor все изменения в аккаунте

Чек-лист команды: <http://gipoteza.su>

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

*как это убрать?*