



Чек лист таргет в фейсбук

При создании рекламы в Фейсбук рекомендуем проверить себя по следующему списку

Подготовка

☐ 1

Для товара или услуги оффера сформулировано УТП (уникальное торговое предложение) и подготовлены тезисы о преимуществах продукта для использования в объявлении. Например, оригинальный товар, бренд, 50% скидка, бесплатная доставка, быстрое действие препаратов, новинка на рынке.

☐ 2

Целевая аудитория определена

Настройка рекламной кампании

☐ 3

Определено целевое действие для рекламной кампании.

☐ 4

Цель рекламы определена правильно (в случае арбитража: трафик или конверсии).

☐ 5

Кампании дано понятное название

☐ 6

Валюта рекламного аккаунта установлена в рублях (избежать расходы на обмен валют)

☐ 7

Настроен точный географический таргетинг.

☐ 8

Аудитория определена по возрасту и полу

☐ 9

Если нужно указан таргетинг по языку браузера.

☐ 10

Указан точный и полный таргетинг по интересам.

☐ 11

Выбраны нужные плейсменты, соответствующие продукту и посадочной странице.

☐ 12

Указано ограничение бюджета.

☐ 13

Выбрана правильная цель оптимизации показов.

☐ 14

Установлена автоматическая регулировка ставок.

☐ 15

Для рекламируемого продукта создана страница Facebook.

Объявления

☐ 16

Выбран оптимальный формат объявлений.

☐ 17

Загружено изображение или видео высокого качества.

☐ 18

Текст на видео или изображении занимает не больше 20% площади кадра.

☐ 20

Изображение содержит уникальную картинку или фото.

☐ 21

Товар на снимке показан крупным планом.

☐ 22

На фото нет рамок или мелких деталей.

☐ 23

Для групп объявлений формата «Одно видео» или «Одно изображение» загружено несколько изображений или видео.

☐ 24

Основная по смыслу часть заголовка занимает менее 40 символов.

☐ 25

Текст объявления и описание URL содержат преимущества товара или услуги.

☐ 26

Текст объявления завершается призывом к действию

☐ 27

Использована подходящая кнопка призыва действию.

☐ 28

Указан URL с UTM метками.

☐ 29

На лэндинг установлен пиксель Facebook.

Тестирование и оптимизация

☐ 30

Проведите сплит-тестирование, чтобы определить наиболее эффективные варианты

рекламы.

☐ 31

Оптимизируйте рекламу по стоимости конверсии, чтобы охватить людей, которые с наибольшей вероятностью совершат нужное вам действие.

☐ 32

Увеличивайте ставку для успешных кампаний, но только до тех пор, пока реклама окупается.

☐ 33

Анализируйте результаты, чтобы принимать решения на основе данных, а не интуиции.

Успешное использования трафика из этого источника зависит от правильно определенной аудитории, хорошо сформулированных преимуществ продукта и точно настроенной рекламной кампании. И все три компонента одинаково важны.

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

как это убрать?