



# Чек-лист настройки таргетированной рекламы в Facebook

Проверь себя по чек-листу, чтобы избежать ошибок и слива бюджета клиентов.

## Определение целевой аудитории

- Получить информацию от клиента о его целевой аудитории
- Если на сайте ранее проводились рекламные кампании, то собираем информацию с сервисов аналитики - географию, демографию, интересы, поведение
- Определить все возможные потенциальные целевые аудитории
- Запросить номера телефонов для лук-а-лайка
- Запросить базы с пикселя  
*Если уже велась реклама*

## Настройка рекламного объявления

- Определить целевое действие для рекламной кампании  
*Клик по ссылке, звонок, заявка и т.д*
- Правильно определить цель рекламной кампании  
*Трафик, вовлеченность, конверсии и т.д*
- Дать кампании понятное название

- Настроить точный географический таргетинг
- Определить возраст и пол аудитории
- Определить точный и полный таргетинг по интересам
- Выбрать нужные плейсменты, которые соответствуют нашей посадочной странице
- Указать ограничение бюджета
- Определить возраст и пол аудитории

## **Внешний вид рекламного объявления**

- Выбрать оптимальный формат объявления  
*Не забываем, что внимание пользователей больше всего цепляют динамичные креативы*
- Загрузить фото или видео высокого качества  
*без пикселей*
- Использовать релевантные фото и видео, продукту
- Не использовать запрещенных персонажей  
*Герои советских мультфильмов Фиксики Смешарики и Малышарики Три кота Лунтик и его друзья Маша и Медведь Барбоскины*
- Использовать фото и видео клиента  
*Если нет фото, запросить*
- Убедиться, что объявление и описание URL содержит преимущества и уникальные свойства товара

- Установить призыв к действию, который соответствует вашему рекламному тексту
- Указать URL с UTM метками
- Установить на лэндинг пиксель Facebook
- Оставить тестовую заявку, проверить все ли корректно работает

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

как это убрать?