



# Google Ads - Подготовка к запуску поисковой кампании - 1й этап

## 1. Сбор семантики

- 1.1** Собраны все возможные варианты общей семантики  
*люди, интересующиеся вашими товарами или услугами*
- 1.2** проработана семантика на конкурентов  
*Если это целесообразно с точки зрения цены клика и т.д.*
- 1.3** Проработана семантика по собственному бренду  
*Если в этом есть потребность*
- 1.4** Проработана семантика по косвенному спросу

## 2. Группировка ключевых слов

- 2.1** Каждая группа содержит только те ключи, которые логично вести на одну и ту же посадочную  
  
*Если в этом есть потребность*
- 2.2** Каждая группа содержит только те ключи, для которых актуален один и тот же посыл в объявлениях

## 3. Простановка типов соответствия

- 3.1** Задаем себе вопрос - какие нерелевантные запросы могут подтянуться, если я поставлю данный ключ в широком/фразовом?
- 3.2** Оцениваем объем минус-слов, необходимый для качественной работы ключа при условии выбора данного типа соответствия.  
*Если видно, что предстоит слишком много работы (много минус-слов нужно подобрать) или же тематика конкурентная и нецелевые клики будут дорого стоить - то сужаем тип соответствия.*
- 3.3** Добавляем в каждую группу несколько типов соответствия (широкий, фразовый, точный)  
*Далее будем наблюдать за релевантностью объявления и ценой клика по разным ключам*

## **4. Выстроение структуры кампаний**

- 4.1** Если после группировки видно, что категории семантики требуют отдельного наблюдения и/или бюджетирования, тогда выносим их в отдельную кампанию.

## **5. Написание объявлений**

- 5.1** Пишем объявления для каждой группы, основываясь на болях и потребностях человека, который вводит запрос.
- 5.2** Создаем дополнительные ссылки
- 5.3** Создаем уточнения
- 5.4** Создаем номер телефона
- 5.5** Создаем адрес

**5.6** Создаем Цены

**5.7** Создаем структурированные описания

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

как это убрать?