



Чек-лист аудита рекламного аккаунта

ОБЩИЕ НАСТРОЙКИ

- Структура рекламного аккаунта должна соответствовать структуре сайта и позволять гибко управлять рекламной кампанией.
- Выбранная кампания настроена на необходимую сеть.
- Должны быть настроены как минимум 2 кампании: поисковая и ремаркетинг (применим не во всех нишах).
- Правильно настроен геотаргетинг и варианты местоположений.
- При необходимости, должны быть настроены корректировки ставок для необходимых городов, стран.
- Отрегулирован языковой таргетинг (для поиска выбраны местные языки + английский, для ремаркетинга - все языки, для КМС - только местный язык)
- Выбрана оптимальная стратегия назначения ставок
- Выбрана оптимальная стратегия назначения ставок
- Дневной бюджет отрегулирован так, чтобы дневной расход не превышал 70-80%
- Установлена корректная ставка для каждой группы объявлений (при ручном назначении ставок)
- Настроено расписание показов объявлений, в мультипликаторах ставок

должны быть отрегулированы временные промежутки. Время показа выставлено на пик активности целевой аудитории (ночной показ объявлений с 2:00 до 6:00 лучше отключить, за исключением случаев

- Выставлена дата окончания для всех текущих рекламных мероприятий, распродаж и акций
- Для КМС и ремаркетинга введены ограничения на количество показов на человека (в среднем 3-5 показа)
- В КМС отключены показы в мобильных приложениях и на сайтах с играми, учебными пособиями, рефератами и прочим нежелательным контентом

НАСТРОЙКИ ОБЪЯВЛЕНИЙ

- Текст объявления составлен с учетом потребностей ЦА, а также конкурентных преимуществ. Текст не содержит общих фраз типа "высокое качество", "низкие цены"
- Убедитесь, что в кампании исключены все отклоненные объявления
- Проверьте, добавлены ли такие расширения как адреса, телефонные номера, дополнительные ссылки, уточнения, структурированные описания, цены, промоакции
- Убедитесь, что тексты объявлений содержат призыв к действию, по возможности в тексте использованы цифры, аббревиатуры, спецсимволы
- Каждая группа объявлений должна содержать как минимум 2 расширенных текстовых объявления и 1 адаптивное. При необходимости, одно из объявлений настроено для показа на мобильных устройствах (только с номером телефона)

- Целевые ссылки в тексте объявления ведут на корректные и максимально соответствующие запросу страницы

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА И ЗАГОЛОВКИ

- Ключевые слова в каждой группе объявлений максимально релевантны друг другу
- Выбрана оптимальная стратегия типов соответствия ключевых слов
- Убедитесь, что с ключевых слов, которые используются с модификатором широкого соответствия, сняты "+" перед необязательными предлогами
- Показатель качества ключевых слов должен составлять 6 и выше
- Необходимые группы объявлений и рекламные кампании содержат минус-слова
- Исключены случайные ставки по ключевым словам
- На уровне ключевых слов исключены все случайно выставленные целевые URL
- Если используется динамическая вставка ключевых слов, то все слова должны подходить грамматически и по смыслу, слова также не должны принадлежать какой-либо ограниченной в рекламе категории товаров и услуг
- Настроена перекрестная минусовка (кросс-минусовка) ключевых слов между разными кампаниями

- Целевые страницы объявлений релевантны тексту объявления и имеют привлекательные заголовки и тексты

АНАЛИТИКА

- Аккаунты Google AdWords и Google Analytics привязаны друг к другу
- Настроено отслеживание конверсий в Google Analytics
- Настроен импорт конверсий из Google Analytics в Google Ads
- В Google Analytics созданы 3 списка ремаркетинга: обычный (на 30 дней), долгосрочный (на 540 дней) и список тех, которые уже совершили конверсию. Опционально - список некачественных посещений для отфильтровывания показов

АНАЛИЗ КАЧЕСТВА ТРАФИКА

- Оцените качество трафика из Отчета по поисковым запросам
- Добавьте нецелевые запросы как минус-слова
- Добавьте новые целевые запросы как ключевые слова
- Для кампаний в КМС анализируйте места размещения, исключайте подозрительные площадки

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

как это убрать?