



Чек-лист для подготовки к рекламной кампании

Как избежать ошибок при подготовке к запуску рекламной кампании? Исходя из нашего восьмилетнего опыта, мы составили для Вас чек-лист с перечнем важных этапов подготовки к запуску рекламы. Также мы выбрали статьи, которые могут быть полезными при изучении / заполнении нижеприведенного материала, ссылки на них прикреплены в подсказках к пунктам.

1. Зачем говорим?

☐ 1.1 Определена конечная цель рекламной кампании

Увеличение узнаваемости бренда / компании; вывод на рынок нового продукта / услуги; резкое увеличение входящих обращений; формирование положительного отношения потребителя; напоминание о себе и другие цели.

☐ 1.2 Цель измерима и согласована

Цель разработана, оцифрована (в процентах, штуках, рублях и т. п.), согласована с отделом продаж и руководителем.

2. Кому говорим?

☐ 2.1 Целевая аудитория описана

*Используем в помощь чек-лист для подбора целевой аудитории:
https://pokaz.pro/tselevaya_auditoriya*

☐ 2.2 Аватар (портрет) клиента создан и визуализирован

*С помощью мозгового штурма или подробного чек-листа:
https://pokaz.pro/avatar_potrebitelya*

3. Что говорим?

☐ 3.1 Выявлены факторы выбора целевой аудитории

Почему ЦА предпочтет именно Ваш продукт / услугу? Выпишите ключевые факторы.

☐ 3.2 Проведен анализ рынка

Проводим разведку по конкурентам и спросу на рынке. В помощь: wordstat.yandex.ru, другие полезные сервисы аналитики спроса и конкурентов, механику быстрой работы с которыми можно узнать из статьи — https://pokaz.pro/analiz_rynka

☐ 3.3 Создана концепция рекламной кампании

Как пошагово составить концепцию рекламной кампании, Вы можете узнать в статье: <https://pokaz.pro/kontseptsiya>

4. Как говорим?

☐ 4.1 Рекламные инструменты выбраны

Выбор осуществляется в соответствии с концепцией и целевой аудиторией. Для достижения лучших результатов мы рекомендуем мультиканальное продвижение: задействовать минимум 5 рекламных каналов.

☐ 4.2 Целевые действия выбраны

Прорабатываем для каждого канала ответы на вопросы: "Какое целевое действие должен совершить клиент?" и "Как оценить полученный результат?".

☐ 4.3 Концепция упакована

Упаковываем рекламные сообщения в тексты, макеты, видеоролики и т.п. Чек-лист для разработки качественного рекламного макета: https://pokaz.pro/upakovka_rk

5. Проверяем точки коммуникации с компанией

☐ 5.1 Телефон указан

Подключен подменный номер (для аналитики); в макетах номер телефона выделен,

крупно и понятно представлен.

☐ **5.2** Сайт / лендинг подготовлен

Полезная статья для проверки сайта перед запуском рекламной кампании:

https://pokaz.pro/proverka_saita

☐ **5.3** Офис / точку продаж легко найти

Понятная навигация, есть вывеска / оформление с названием Вашей компании.

☐ **5.4** Сервис аналитики подключен

Полезная статья по аналитике рекламных кампаний офлайн:

https://pokaz.pro/skvoznaya_analitika Чек-лист по настройке аналитики для онлайн-рекламы: https://pokaz.pro/online_analitika

РА "Показ" желает Вам успешных рекламных кампаний!