Яндекс.Директ Чек-лист для аудита рекламной кампании 2020-2021

<https://FED-PROMO.RU>

* Названия кампаний подобраны для удобного дальнейшего анализа.
* Логичная структура кампаний (разделение на категории товаров,

 услуги и т.п.).

* Созданы отдельные кампании для поиска, РСЯ и ретаргетинга.
* Регион показов задан верно.
* Отдельные кампании для каждого региона (для нескольких

 регионов).

* Установлено ограничение бюджета на уровне аккаунта (при

 необходимости).

* Выставлено ограничение дневного/недельного бюджета для каждой

 кампании.

* Включен расширенный геотаргетинг (при необходимости).
* Выбрана организация в Яндекс.Справочнике (или заполнена

 виртуальная визитка).

* Настроен временной таргетинг на основе накопленной статистики.
* Настроены корректировки ставок на основе накопленной статистики.
* Включен мониторинг сайта.
* Настроены уведомления по СМС и/или электронной почте.
* Привязан счетчик Яндекс.Метрики.
* Настроены конверсионные цели в Яндекс.Метрике.
* Добавлены ключевые цели в рекламную кампанию.
* Включена разметка ссылок для Яндекс.Метрики.
* Наличие минус-слов в каждой кампании на поиске.
* Наличие запрещенных площадок для РСЯ.
* Отсутствуют минус-слова в кампаниях РСЯ.
* Отключен учет автоматически остановленных объявлений конкурентов.

Группы объявлений и семантика

* Семантическое ядро содержит все возможные целевые ключевые слова.
* Ключевые слова разбиты на группы.
* Группы созданы по принципу 1 запрос = 1 группа (в случае высокочастотных ключевых фраз).
* Отсутствует статус «Мало показов» у групп объявлений.
* Используется кросс-минусовка ключевых слов в поисковых кампаниях.

Объявления

* + Заголовок 1 содержит ключевую фразу.
	+ В заголовках и текстах объявлений используются УТП, CTA и т.п.
	+ Использованы все дополнения (изображения, быстрые ссылки,

 уточнения, отображаемая ссылка, цены, видеодополнения).

* + В РСЯ используется изображение в 2-х форматах: стандартный и

 широкоформатный.

* + Кадрирование в РСЯ не нарушает смысл изображения.
	+ Быстрые ссылки описывают преимущества или ведут на полезные

 страницы.

* + Все тексты объявлений актуальны (нет данных об устаревших акциях,

 прошедших датах и т. д.).

* + Страница сайта релевантна содержимому объявления.
	+ Несколько (2-3) вариантов объявлений на 1 ключевую фразу (для

 A/Bтеста).

* + Заголовки, тексты и ссылки объявлений релевантны ключевым словам.
	+ Объявления не содержат орфографических и пунктуационных ошибок.
	+ Ссылки размечены UTM-метками.