**[Что проверить в кампании Яндекс.Директ](https://fed-promo.ru/)**

1. Установлено ли разделение по типу кампаний — поисковые, РСЯ, географические, ретаргетинговые.

2. Установлено ли разделение кампаний по ГЕО: регионы, города, поселения.

3. В конфигурациях должна быть отключена опция “Расширенного географического таргетинга”.

4. К кампании привязана Я.Метрика.

5.  Если сайт не работает, не работает и кампания.

 6. В параметрах кампании настроены корректировки ставок.

7. В Яндексе на Поиске установлены минус-слова.

8. Есть кампания, построенная на ретаргетинге

9. Установлено ограничение на дневной бюджет.

10. У кампании есть минус-слова, их количество и релевантность обновляются раз в неделю.

12.  Виртуальная визитка заполнена корректно, текст отображается целиком.

13.  В кампании есть мобильные объявления.

14.  Все объявления одобрены, на модерации ничего не висит.

15.Объявления, которые набирают мало показов и имеют такой статус, отключаются сразу же.

**Что проверить в тексте объявлений**

16. Вебмастер знает, что пишут конкуренты, и уже сделал лучше.

17. В кампании есть как минимум три варианта текста для объявлений.

18. В тексте объявления есть триггеры: цифры, цепляющие взгляд, краткое и мощное УТП.

19. Объявление дополнено быстрыми ссылками и уточнениями, в которых тоже включено УТП.

[**Что проверить в ключевых словах и запросах**](https://fed-promo.ru/yandex-direct.html)

20. Для кампании собрана семантика или целое семантическое ядро. Все почищено, классифицировано и удобно.

21. В семантике есть коммерческие поисковые запросы: это те, что содержат в себе слова “приобрести, купить, оптом, доставка, заказать онлайн” и пр.

22. В семантике есть запросы, которые предшествуют покупке продукта. Их еще называют околоцелевыми.

23. В семантике учтено ГЕО и составлены запросы с привязкой к локации.

24. В процессе наработки семантики вебмастер учел синонимы, терминологию, сокращения.

25. Новые ключи и слова добавляются регулярно.

**Что проверить в ссылках**

26. В ссылках рекламной кампании РСЯ есть UTM-метки для отслеживания статистики.

27. Ссылка в объявлении ведет на лендинг, а не в никуда или на сторонний ресурс.

[**Что проверить в РСЯ**](https://fed-promo.ru/yandex-direct.html)

28. Минус слова должны быть убраны.

29. В процессе запуска тестируются несколько рекламных объявлений.

30. Для разных сегментов аудитории создано свое, уникальное объявление в РСЯ.

31. В кампании учтены и добавлены корректировки по возрасту аудитории.

32. Сайт с оффером адаптирован под мобайл. Если не адаптирован,  снизьте корректировку на показы в мобайле до 50%.

33. Вебмастер знает, с каких рекламных площадок идут пользователи и какие из этих площадок конвертируют этих пользователей в лиды.

**[Что еще проверить в кампании Яндекс.Директ](https://fed-promo.ru/yandex-direct.html)**

**Ежедневно**— все ли работает, ничего ли не сломалось и не отвалилось.

**Еженедельно**— статистика и анализ кампании, исключение нерабочих фраз и площадок в РСЯ, контроль бюджета, корректировки на основе полученных данных.

**Ежемесячно**— удаление или изменение объявлений с низким CTR, корректировка бюджетов рекламных кампаний — на основании статистики по цене ЛИДа. Просмотр рекламных объявлений через поиск “глазами покупателя” с разных устройств, проверка посадочных страниц, дополнительных объявлений и расширений, корректировка ставок по ГЕО, устройствам, проверка пересечений ключевых запросов.

Пользуйтесь и зарабатывайте больше!