

## Чек-лист рекламной кампании на поиске

### При создании рекламной кампании:

- ✓ Выбран нужный регион
- ✓ Показы в сетях отключены
- ✓ Используются корректировки ставок
- ✓ В полной мере используется Яндекс.Визитка (ВАЖНО! Подробности в курсе)
- ✓ Подключен счётчик Яндекс.Метрики
- ✓ Показы по дополнительным релевантным фразам отключены или используются в пределах 10%

### Заголовки

- ✓ Заголовок релевантен ключевому слову (то есть совпадает с ним полностью, либо почти полностью)
- ✓ Используется техника объёмного заголовка! (ВАЖНО! Подробности в курсе)
- ✓ Второй заголовок содержит цифровую информацию с выгодным предложением (пример: «Пробный урок 300р!»)
- ✓ В конце каждого предложения восклицательный знак «!»

### Быстрые ссылки:

- ✓ Быстрые ссылки: используются или нет? **Должны использоваться!**
- ✓ Используется техника цепляющих быстрых ссылок! (ВАЖНО! Подробности в курсе)
- ✓ Используются описания быстрых ссылок

### Тексты объявлений:

- ✓ Первое предложение текста должно совпадать с заголовком
- ✓ В конце каждого предложения восклицательный знак «!»

### Прочие ВАЖНЫЕ настройки:

- ✓ Используется отображаемая ссылка (ВАЖНО! Подробности в курсе)
- ✓ Используются уточнения
- ✓ На сайте установлена красочная фавиконка
- ✓ Объявления частично сгруппированы, чтобы избежать статуса «Мало показов» (ВАЖНО! Подробности в курсе)
- ✓ Ставка за клик устанавливается согласно технологии 4-5 раз в день (ВАЖНО! Подробности в курсе)

### Минусация мусорных слов и фраз (Один из важнейших пунктов, подробности в курсе):

- ✓ Собраны минус-слова на моменте сбора семантического ядра
- ✓ Каждый день собираются минус-слова по статистике поисковых запросов
- ✓ Используется кросс-минусация