ЛК
Лев Карпов - Я.Директолог
Яндекс.Директ и маркетинг. по делу

20 проверок Яндекс.Директа перед увеличением рекламного бюджета

Практический чек-лист для собственника бизнеса и руководителя маркетинга. Отмечайте пункты по мере проверки. Цель - увидеть не только заявки, но и их качество и связь с продажами.

1 1. Настройки рекламных кампаний

- [ ] 1 **1. Цель кампании**
  Проверьте, что выбранная цель отражает коммерчески значимое действие, а не только посещение страницы.
- [ ] 2 **2. География и расписание**
  Сверьте регионы показов и часы работы с фактической зоной продаж и возможностью обработать обращение.
- [ ] 3 **3. Разделение спроса**
  Отделите брендовые, общие и узкие коммерческие запросы: у них могут быть разные экономика и качество лидов.
- [ ] 4 **4. Ограничения бюджета**
  Проверьте дневные и недельные ограничения, резкие перерасходы и достаточность данных для стратегии.

2 2. Запросы и объявления

- [ ] 5 **5. Реальные поисковые запросы**
  Просмотрите отчёт по поисковым запросам: нет ли информационных и нерелевантных обращений.
- [ ] 6 **6. Минус-фразы**
  Добавьте явно неподходящие формулировки, но не исключайте случайно коммерческий спрос.
- [ ] 7 **7. Соответствие объявления**
  Убедитесь, что в объявлении обещано именно то, что посетитель найдёт на посадочной странице.
- [ ] 8 **8. Разные офферы**
  Проверьте, различаются ли предложения для сегментов аудитории, а не показывается один общий текст всем.

3 3. Посадочная страница и форма

- [ ] **9. Сильный оффер на первом экране**
  Убедитесь, что ценность предложения понятна сразу, без прокрутки, и мотивирует оставить заявку.

- [ ] **10. Соответствие запроса и страницы**
  Контент, заголовки и оффер на странице соответствуют тому, что искал пользователь в объявлении.

- [ ] **11. Форма без лишних барьеров**
  Запрашивайте только необходимую информацию и минимизируйте количество полей.

- [ ] **12. Антифрод и защита формы**
  Используйте защиту от ботов и дублирующих заявок, чтобы бюджет не тратился на некачественный трафик.

4 4. Качество заявок и работа отдела продаж

- [ ] **13. Разметка источников**
  Настройте сквозную аналитику и UTM-метки, чтобы видеть, какие кампании и объявления приносят заявки и продажи.

- [ ] **14. Скорость обработки**
  Проверьте, что отдел продаж связывается с заявкой быстро, пока интерес клиента высокий.

- [ ] **15. Квалификация лида**
  Убедитесь, что менеджеры отбирают целевые заявки по вашим критериям и не тратят время на нецелевых клиентов.

- [ ] **16. Обратная связь от продаж**
  Регулярно собирайте обратную связь от отдела продаж о качестве заявок, чтобы улучшать рекламу и посадочные страницы.

5 5. Экономика рекламы

- [ ] **17. Стоимость обращения**
  Проверьте, какая реальная стоимость качественного обращения по каждому типу кампаний и сегментов.

- [ ] **18. Качество против количества**
  Сравните, как меняется качество заявок при увеличении трафика: не падает ли доля целевых обращений.

- [ ] **19. Связь с продажами и выручкой**
  Убедитесь, что вы отслеживаете конверсии в продажи и видите вклад Яндекс.Директа в реальную выручку.

- [ ] **20. Решение о масштабировании**
  На основе всех проверок примите решение: какие кампании масштабировать, в каком объёме и с какими целевыми показателями.

Первая консультация или аудит проекта бесплатно, до 40 минут

Разберём текущую рекламу, качество заявок и возможные точки роста. Определим, какие проверки стоит провести в первую очередь.

Написать в Telegram
@karpov_direct

Написать в MAX
Открыть личные сообщения в MAX

Сохраните чек-лист и используйте перед увеличением бюджета.