

## Чек-лист обязательной проверки рекламной кампании

### Проверка посадочной страницы сайта

- Скорость загрузки сайта достаточная (оценивается инструментами проверки, например, Google Pagespeed или Pingdom Tools)
- Система управления сайтом не удаляет из url utm-метки и метки сетей - gclid, yclid и др.
- Посадочная страница хорошо отображается на разных устройствах, с разными экранами, включая мобильные устройства целевой аудитории
- Форма обратной связи правильно заполняется на любых моб. и десктопных устройствах. Особое внимание - формам с номером телефона! (широко распространен скрипт, который искажает номер). Формы заказов/подписок/регистрации простые с минимальным количеством полей.
- Обращения учитываются
- Обращения доходят до всех необходимых адресатов
- Контакты указаны правильно
- Работает интеграция с CRM (при необходимости)
- Контент не содержит ошибок
- Форматирование: шрифт читабельный и достаточного размера, читатель из ЦА комфортно воспринимает информацию
- Навигация понятна и удобна на всех устройствах

### Соц сети

- На какие соц сети ведет сайт
- В соц сетях хорошие отзывы
- Сотрудники, профили которых можно найти (комментирующие, реагирующие на публикации), достойно представляют вашу компанию

with love from

HARDMAN

## Google и Yandex карты

- Гугл карты, справочник яндекс: компания представлена
- Фото компании и актуальной информации достаточно
- Своевременные и качественные ответы на вопросы пользователей в картах и комментариях

## После запуска через 1-2 дня

- Учитывается нужная статистика кликов
- Учитывается статистика пользователей
- Корректно работает код ретаргетинга (рекламный механизм, при котором реклама показывается тем пользователям, которые уже просматривали ваш товар/услугу, напоминание о продукте)
- Учитывается нужная статистика звонков
- Анализ контента звонков показывает достаточное качество
- Проверка поведения пользователя на странице (hotjar, webvisor etc)
- Проверка, достаточно ли текущего отображения рекламы, адаптивных баннеров, нужны и возможны ли изменения
- Проверка, все ли кампании и группы запустились, как ожидалось
- Проверка, нужно ли корректировать бюджеты
- Просмотрены площадки, на которых идёт реклама, «мусорные» добавлены в минус-площадки

## Периодическая проверка предыдущего пункта + следующее:

- Не забанена ли реклама
- Фото компании и актуальной информации достаточно
- Своевременные и качественные ответы на вопросы пользователей в картах и комментариях