



# Как запустить контекстную рекламу самостоятельно

Запуск контекстной рекламы — важный шаг в развитии любого бизнеса.

Простая и понятная инструкция поможет вам в самостоятельном запуске кампании.

## 1. Подготовка.

На этом этапе происходит установка счетчиков аналитики, настройка целей и установка связей. Дополнительно нужно проверить набор ключевых слов и определить их актуальность. Выгрузить данные о расходах.

## 2. Подбор семантики.

Для успеха рекламной кампании необходимо собрать высокочастотные, среднечастотные, низкочастотные ключевые слова. Список нужно дополнить минус-словами, которые будут исключены из поисковых запросов. Собранные запросы добавляются в поисковые кампании.

## 3. Настройка РК.

Перед запуском рекламы любого масштаба нужно проверить настройки времени, языка, местоположения и прочего для региона, где запускается кампания. Также рекомендуем добавить быстрые ссылки и utm-метки.

## 4. Создание объявлений.

Запуск объявлений для поисковой и медийной рекламы несколько отличается между собой и это обязательно нужно учитывать при настройках.

В объявлении для поиска заполняют поля:

- заголовки;
- описания.

Для медийной рекламы готовят:

- баннера
- заголовки
- описания



## 5. Выбор стратегии и ставок.

На этом этапе нужно просчитать стоимость привлечения заказа, перехода на сайт и определить максимально допустимую цену лида. Настройка и управление ставками происходит в ручном режиме. Только после сбора статистики можно перейти на автоматическую стратегию.

## 6. Автоматизация работы.

К этому этапу можно перейти уже после получения первых положительных результатов. Для этого добавляют utm-метки, минус-слова на уровне кампаний и выгружают расходы в Гугл Аналитику.

При грамотном подходе настройка и запуск рекламных кампаний происходит достаточно быстро, а первые результаты видны уже спустя сутки.

Выбирая подрядчика для настройки рекламы рекомендуем использовать следующие критерии.

Подготовка. В самом начале сотрудничества грамотный специалист:

- попросит заполнить бриф;
- разберется в продукте;
- покажет стратегию контекстной рекламы;
- проведет аудит сайта и даст рекомендации;
- сгруппирует ключевые запросы по посадочным страницам;
- установит аналитику и отслеживание звонков;
- проверит форму на сайте.

При настройке рекламной кампании он:

- разделит объявления на медийные и поисковые;
- укажет ГЕО;
- настроит ремаркетинг;
- добавит минус-слова;
- проверит наличие меток;
- использует ручное управление;
- проводит А/Б тестирование объявлений.

Объявления опытного специалиста по контекстной рекламе:



- читабельны и без ошибок;
- рассказывают о конкретном продукте и демонстрируют его выгоду;
- содержат ключевые слова;
- соответствуют УТП;
- призывают к действиям.

Эффективность подрядчика легко измерить:

- CTR увеличивается;
- стоимость переходов на сайт снижается, хотя посещаемость увеличивается;
- количество конверсий увеличивается;
- ROI увеличивается.

Контекстная реклама — способ настроить поток клиентов. Доверяйте стратегические направления развития бизнеса профессионалам и будьте уверены в результате.

Свяжитесь с нами любым удобным способом:

Тел.: +38 (066) 777-00-30

E-mail: [kurusant@gmail.com](mailto:kurusant@gmail.com)

Skype: Flashkin\_0\_o

Telegram: @Kurusant

Whatsapp : +38(093)554-09-71

Viber: +38(093)554-09-71