



Чек-лист заказчика контекстной рекламы

Что спросить у подрядчика и как проверить результат

Контекстная реклама — это работа с вашим рекламным бюджетом в Яндекс.Директе. Продумайте, что вы уже знаете о будущем подрядчике, а что стоит выяснить до старта.

Блок 1. Что должно быть в договоре

- ☐ Указано, что входит в абонентскую плату за ведение, а что оплачивается отдельно на площадке
- ☐ Прописано, сколько ключевых фраз и объявлений входит в тариф
- ☐ Указано, кому принадлежит доступ к рекламному кабинету
- ☐ Есть пункт про ежемесячную отчётность

Блок 2. Что спросить до старта

- ☐ Какой тариф подходит под ваш тип сайта — лендинг, сайт с каталогом или интернет-магазин
- ☐ Настраивают ли цели в Яндекс.Метрике, чтобы видеть не только клики, но и заявки
- ☐ Сколько дней занимает запуск первой кампании
- ☐ Что входит в анализ и оптимизацию рекламы после запуска

Блок 3. Тревожные признаки

- ☐ Не разделяют рекламный бюджет и абонентскую плату за ведение
- ☐ Не настраивают цели в аналитике — видно клики, но не заявки
- ☐ Обещают точный результат (число заявок) без теста кампании
- ☐ Не показывают доступ к рекламному кабинету

Блок 4. Как контролировать в процессе

- ☐ Рекламный кабинет и Метрика заведены на вашу учётную запись
- ☐ В отчёте видно расход бюджета, показы, клики и заявки — не только общие цифры
- ☐ Есть план по итогам первого месяца — что меняем, что масштабируем
- ☐ Понятно, что происходит с фразами, которые не приносят заявок



Блок 5. Когда ждать результата

- ☐ Запуск первой кампании — от 1 до 5 дней в зависимости от масштаба сайта
- ☐ Первые клики и заявки — в первые дни после запуска
- ☐ Оптимизация ставок и фраз — 2–4 недели теста
- ☐ Устойчивый поток заявок по разумной цене — обычно со второго месяца

Большинство «да» — вы готовы к разговору с подрядчиком на равных.

Много «нет» — это нормально, именно эти вопросы стоит задать на первой встрече.

Остались вопросы по любому пункту — можем разобрать их на бесплатной консультации, 15 минут.

4 причины, по которым контекстная реклама не окупается

Ошибки, которые чаще всего встречаем со стороны заказчика

1. Тариф не соответствует масштабу сайта

Тариф на 100 ключевых фраз для интернет-магазина с тысячами товаров не покрывает каталог — трафик придёт только на малую часть ассортимента.

2. Не настроены цели в аналитике

Видно клики и расход бюджета, но не видно заявок. Нельзя понять, какие фразы и объявления реально приносят обращения.

3. Кампанию запустили и не трогают

Ставки и фразы не корректируются после запуска. Эффективные объявления не масштабируются, неэффективные продолжают тратить бюджет.

4. Посадочная страница не готова к рекламе

Реклама ведёт на страницу без чёткого предложения или формы заявки. Клик есть, заявок нет — проблема не в рекламе, а в том, куда она ведёт.



Если что-то из списка про вас — это решаемо при пересмотре кампании. **Если только выбираете подрядчика** — эти четыре пункта стоит проговорить заранее.

Как мы ведём контекстную рекламу

Коротко о том, как устроена работа

1. Подбор тарифа под сайт

Смотрим тип сайта и объём каталога, подбираем тариф и объём семантического ядра.

2. Настройка аналитики

Регистрируем сайт в сервисах Яндекса, настраиваем Метрику и цели — заявки видны сразу.

3. Запуск кампаний

Поисковая реклама, РСЯ, ретаргетинг — в зависимости от задачи и тарифа.

4. Анализ и оптимизация

Корректируем ставки, отключаем неэффективные фразы, масштабируем рабочие связи.

Почему компании выбирают нас

- 20 лет на рынке веб-разработки и интернет-маркетинга, более 1000 реализованных проектов
- Прозрачная отчётность с доступом к рекламному кабинету
- Абонентская плата отдельно от рекламного бюджета
- Настройка целей в аналитике включена в тариф

Как с нами связаться

Телефон: 8-800-775-02-81 (бесплатно по России)

Телефон: +7-495-966-18-50

Telegram: +7-980-334-83-92



АЛМА

ИНН:

3255044948

8-800-775-02-81

Telegram: [+7-980-334-83-92](https://t.me/+79803348392)

alma-com.ru

e-mail: box@alma-com.ru

E-mail: box@alma-com.ru

Сайт: alma-com.ru

Спасибо, что прочитали до конца — будем рады обсудить ваш проект.