









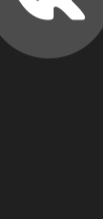
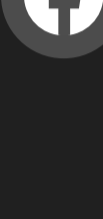








СЕНСОРЫ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

ПРЯМАЯ ПОТЕРЯ

| НАЗВАНИЕ СЕНСОРА | РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ | ТИП | ОПИСАНИЕ |
|-----------------------------------|---|--------|--|
| Несуществующие страницы |   | Ошибка | Объявления, которые ведут на несуществующие страницы. Клики по таким объявлениям ведут к пустой трате бюджета. |
| Неактуальные акции в объявлениях |   | Ошибка | Товары или услуги по акциям имеют ограничение по времени действия. При большом количестве объявлений специалисты часто не успевают следить за актуальностью таких предложений. И в рекламном объявлении висит устаревшая информация. |
| Сайт недоступен для пользователей |   | Ошибка | Все объявления ведут на несуществующие страницы. Клики по таким объявлениям ведут к пустой трате бюджета. |



РИСК НЕЦЕЛЕВОГО РАСХОДА

| НАЗВАНИЕ СЕНСОРА | РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ | ТИП | ОПИСАНИЕ |
|--|---|-----------|---|
| Отсутствие UTM-меток |   | Ошибка | Если в ссылках объявлений нет UTM-меток, то нельзя делать выводы о результатах и оптимизировать рекламные кампании. А значит, деньги потрачены впустую. |
| Потеря статистики |   | Ошибка | UTM-метки в рекламе обрезаются при переходе на сайт по техническим причинам. Из-за этого не накапливается статистика для оптимизации. А значит, рекламный бюджет тратится впустую. |
| Резкий рост расходов в рекламных кампаниях |   | Замечание | Рекламный бюджет должен равномерно расходоваться по дням. Если этого не происходит, реклама может откручиваться неэффективно, что ведёт к бесполезным тратам бюджета и даже перетратам. |
| Отсутствие общего лимита в аккаунте |   | Ошибка | Кампания без лимитов на расходы может быстро потратить весь бюджет. Если ее не остановить возникнет перетрата бюджета. А еще резкий рост расхода увеличивает стоимость за 1 лид. Потраченные деньги и неополученные лиды из-за отсутствия лимитов уже не удастся вернуть. |
| Некорректная структура URL |   | Ошибка | Неверная структура в URL-адресе страницы может привести к различным ситуациям: от потери статистики по рекламе до показа людям неверной / несуществующей страницы. А как следствие — к потере денег. |
| Высокая частота показа на 1 человека |  | Замечание | Чем чаще людям показывают одно и тоже объявление, тем реже они кликают на рекламу. При этом увеличивается стоимость целевого действия — клика, заявки. А значит ведет к сливу бюджета. |
| Отсутствие лимитов на расходы |  | Ошибка | Для контроля расходов в рекламных кампаниях устанавливаются дневной лимит. Он должен не превышать сумму месячного бюджета деленного на количество дней в месяце. Если в кампании нет лимита, то есть большая вероятность перетрат. |






НЕРЕАЛИЗОВАННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

| НАЗВАНИЕ СЕНСОРА | РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ | ТИП | ОПИСАНИЕ |
|--|---|-----------|---|
| Остановка кампаний по дневным ограничениям бюджета |   | Замечание | Если объявления остановились по дневным ограничениям, то рекламная кампания расходует не весь свой потенциал. Нужно либо расширить дневные лимиты, либо поработать над временем показов. Также можно попробовать снизить стоимость клика. |
| Объявления не прошли модерацию |   | Замечание | Если в группе нет одобренных объявлений, то реклама вообще не показывается пользователям. Отклоненные объявления также могут влиять на качество аккаунта для рекламных систем. |
| Отсутствие пикселя |  | Замечание | Наличие пикселя VK на сайте дает возможность передавать соцсети данные о пользователях, посетивших сайт. С этой информацией VK будет показывать рекламу более качественной и заинтересованной аудитории. Без пикселя вы ограничиваете себя в настройках рекламы: не можете отслеживать и оптимизировать конверсии, сегментировать аудиторию и запускать на них более подходящую рекламу и др. |
| Выгорание креативов |   | Замечание | Когда выгорают креативы, то уменьшается показатель кликабельности и повышается стоимость клика. Это приводит к ухудшению эффективности рекламной кампании |
| Резкое падение показов |   | Замечание | Иногда количество показов в рекламной кампании резко падает. Ситуация достаточно рядовая, но может принести проблемы. Причин падения много: от изменения настроек в кабинете до выгорания креативов. Но все это ведет к ухудшению результатов рекламных кампаний. |


ПАССИВНАЯ РЕКЛАМНАЯ СТРАТЕГИЯ

| НАЗВАНИЕ СЕНСОРА | РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ | ТИП | ОПИСАНИЕ |
|--|---|-----------|---|
| Не было изменений и правок в кабинете 14+ дней |   | Замечание | С рекламным кабинетом не работают в течение 14 и более дней. Это сигнал к тому, что стоит перепроверить статистику, обновить ставки, добавить минус слова |

НЕКРИТИЧНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ

| НАЗВАНИЕ СЕНСОРА | РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ | ТИП | ОПИСАНИЕ |
|------------------------------|---|-----------|---|
| Низкий баланс в кабинете |   | Замечание | Чтобы реклама шла без остановок и давала регулярный поток трафика, важно следить за балансом в кабинете и вовремя его пополнять. Иногда специалист специально пополняет счет рекламного аккаунта не в той выделенной суммой, а несколькими траншами в течение месяца. Важно вовремя это сделать, чтобы реклама не успела остановиться. И у бизнеса не было дней без заказов и заявок. |
| Общий лимит подходит к концу |   | Замечание | Каждый месяц на рекламу проекта выделяют определенный бюджет. Нужно следить за его тратами, чтобы не было перерасхода средств. Для этого в настройках кабинета специалисты устанавливают общий лимит — то количество денег, которое максимально можно потратить на проект. Общий лимит не отображается на главном экране рекламного кабинета, и иногда специалист не успевает заметить, когда он подходит к нулю. |
| Опечатки в объявлениях |   | Замечание | В объявлениях найдены орфографические ошибки. Это слабо влияет на результат, но влияет на отношение пользователей к бренду рекламодателя |

НАРУШЕНИЯ ПРАВИЛ РЕКЛАМНЫХ СИСТЕМ

| НАЗВАНИЕ СЕНСОРА | РЕКЛАМНАЯ СЕТЬ | ТИП | ОПИСАНИЕ |
|--|---|--------|--|
| Несколько доменных имен в рекламном аккаунте |  | Ошибка | Facebook запрещает рекламировать несколько доменов (доменов) в одном рекламном кабинете. При обнаружении такого нарушения - Facebook забанит рекламный аккаунт. Его разблокировка может занимать от нескольких дней до нескольких месяцев. |