

- Задать название рекламной кампании (РК) с учетом ясности, на какие товары/услуги она сделана. Также нужно задать, на какие площадки будет работать РК – на поисковые, тематические или мобильные;
- Отключить уведомления на E-Mail о смене позиций;
- Выбрать стратегию «Показ в блоке по минимальной цене в спецразмещение и гарантии»;
- Задать «Единый регион показа для всех объявлений»;
- Задать «Единые минус-слова для всех фраз кампании» (ссылка <http://directmania.ru/stop.txt>);
- Снизить расход в «Настройках на тематических площадках» до 20-30% от общего расхода кампании;
- Снизить расход в «Настройках на тематических площадках» до 0% от общего расхода кампании, если создаете РК только на «Поисковые площадки».
- Отключить «Показы по дополнительным релевантным фразам» (Поиск);
- Включить «Показы по дополнительным релевантным фразам» (РСЯ);
- Подключить Яндекс-Метрику на сайт;
- Прописать цели и настроить UTM метки на основные ссылки;
- Прописать цели и настроить UTM метки на дополнительные ссылки;
- Включить пункт «Мониторинг сайта»;
- Прописать счетчик Метрики в пункте «Дополнительные счетчики Метрики»;
- Включить разметку ссылок для Метрики;
- Прописать запрещенные площадки (ссылка <http://directmania.ru/zapret.txt>);
- Отключить «Авторасширение фраз»;
- Отключить подстановку части текста в заголовок (по умолчанию включена);
- Отключить «Автофокус»;
- Задать «Название группы»;
- Вставить ключевую фразу в пункт «Новые ключевые фразы»;
- Придерживаться «Золотого правила» Директ -> 1 запрос = 1 объявление;
- Если несколько типовых запросов, то использование шаблонов на одно объявление;
- Составить заголовок из 33 символов на основании ключевой фразы;
- Составить текст объявления из 75 символов с желательным добавлением слов из ключевой фразы;
- Прописать в тексте объявления призыв к действию (Кликай! Покупай! Заходи! Жми! и т.п.);
- Добавить изображение, характеризующее ваш товар или услугу;
- Добавить ссылку на сайт. Рекомендуется отдельная страница с вашим рекламным предложением;
- Прописать «Быстрые ссылки»;
- Заполнить «Виртуальную визитку» в пункте «Адрес и телефон»;
- Добавить «Минус слова для фраз объявления»;
- Назначить первоначальные ставки по объявлению. Учтите, что при рекомендованных Яндексом ценах будет 100% охват по выбранной ключевой фразе;
- Отправить кампанию на «Модерацию» ;
- Доп. (Если много объявлений). Отфильтровать ключевые фразы кампании с учетом их пересечения;
- Доп. (Если много объявлений). Удалить дубли ключевых запросов в одной кампании;