

Чек-лист аудита контекстной рекламы

Порядок проверки Яндекс.Директа от общей картины по деньгам к деталям — площадки, запросы, минус-слова, автотаргетинг, демография. Собран из статьи «Аудит контекстной рекламы» на vyaznikov.com — распечатайте и пройдите по своему рекламному кабинету пункт за пунктом.

1. Общая картина по деньгам

- ☐ Открыть общую статистику за последние 30-60 дней
- ☐ Проверить динамику расхода — растёт ли бюджет быстрее, чем растёт число заявок
- ☐ Посмотреть разброс между кампаниями — нет ли перекоса вроде 70% бюджета при 20% заявок
рубить всё подряд сразу не стоит
- ☐ Сравнить поиск и РСЯ отдельно — цена клика, качество и доля расхода не считаются вместе
- ☐ Проверить, разведена ли аналитика (цели Метрики связаны с Директом) — без этого аудит идёт по кликам, а не по заявкам

2. Площадки РСЯ

- ☐ Открыть отчёт по площадкам за последние 30 дней и отсортировать по расходу
- ☐ Сверить топ-10-15 площадок по тратам с числом конверсий на каждой
- ☐ Отключить слабые площадки через список исключений, не удаляя кампанию целиком

3. Поисковые запросы

- ☐ Открыть отчёт по поисковым запросам за 30-60 дней
- ☐ Найти запросы с высоким расходом и низкой конверсией — кандидаты в минус-слова
- ☐ Отметить неожиданные запросы — иногда это идеи для новых ключей
- ☐ Начать разбор с топ-50 запросов по расходу

4. Минус-слова

- ☐ Собрать минус-слова из отчёта по запросам — по каждой нецелевой формулировке
- ☐ Проверить информационный интент — «бесплатно», «своими руками», «инструкция», «скачать»
- ☐ Проверить смежные, но не свои продукты (например, «массаж на дом» для продавца обучения массажу)
- ☐ Проверить вакансии и трудоустройство — «работа», «вакансия», «зарплата»
- ☐ Проверить гео-мусор — города и районы, куда услуга не оказывается
- ☐ Перед сохранением списка минус-слов выгрузить и объединить со старым списком
список на уровне кампании при сохранении полностью заменяет старый

5. Автотаргетинг

- ☐ Открыть отчёт по автотаргетингу отдельно от обычных ключей
- ☐ Сравнить его долю в расходе и конверсию с ключевыми словами
- ☐ Если конверсия заметно ниже — сузить условия или временно отключить и сравнить разницу

6. Демография и устройства

- ☐ Открыть отчёт с разбивкой по устройствам — мобильные, десктоп
- ☐ Проверить возрастные и гендерные срезы относительно целевой аудитории продукта
- ☐ Поставить понижающую корректировку ставки на слабые сегменты, не отключая их полностью

Порядок аудита за 30 минут — коротко

- Посмотреть общий расход и динамику заявок за 30-60 дней
- Сравнить поиск и РСЯ отдельно — цена клика, конверсия, доля расхода
- Открыть отчёт по площадкам РСЯ, отсортировать по расходу, отключить слабые
- Открыть отчёт по поисковым запросам, выписать нецелевые формулировки
- Добавить минус-слова, не стерев старый список
- Проверить долю и качество автотаргетинга
- Посмотреть срезы по демографии и устройствам, поставить корректировки