SHOKHA ADS

Бесплатный чек-лист

15 ПРОВЕРОК КАБИНЕТА ДО ЗАПУСКА

Что проверить в Meta Ads, чтобы бюджет ушёл на заявки, а не на клики

Shokha • таргетолог
3 года · 20+ проектов · Meta и Google

@shokha.ads

Как пользоваться

ПРОЙДИТЕ СПИСОК ДО ТОГО, КАК НАЖАТЬ «ОПУБЛИКОВАТЬ»

Чаще всего бюджет сливается не из-за «плохого таргета», а из-за простых вещей: не та цель, нет фильтра заявок, никто быстро не отвечает. Эти 15 пунктов закрывают именно их.

1 **Отслеживание**
Видите ли вы, что реклама приносит заявки, а не только клики

2 **Структура и настройки**
Правильно ли вы объяснили алгоритму, кого и зачем искать

3 **Креатив, оффер и заявки**
Захотят ли люди оставить заявку и что с ней будет дальше

Отмечайте пункты прямо в PDF или распечатайте. Если хоть один пункт вызывает сомнение, напишите мне «АУДИТ» в директ.

1 • ОТСЛЕЖИВАНИЕ

- [ ] **01 Пиксель или датасет видит события**

  В Events Manager за последние сутки приходят события с сайта или из формы. Нет событий — алгоритм учится вслепую.

- [ ] **02 Оптимизация на нужное действие**

  Кампания оптимизируется на заявку, сообщение или покупку, а не на клик по ссылке.

- [ ] **03 Заявки попадают в CRM или таблицу сразу**

  Лиды из форм выгружаются автоматически, а не вручную раз в неделю. Иначе заявка остынет до первого звонка.

- [ ] **04 В ссылках есть UTM-метки**

  Чтобы в аналитике было видно, какая кампания и какое объявление привели клиента.

- [ ] **05 Доступы, оплата и лимиты в порядке**

  Проверьте способ оплаты, лимит расходов аккаунта и доступы в бизнес-портфолио. Остановка рекламы из-за карты сбрасывает обучение.

2 • НАСТРОЙКИ

- [ ] **06 Цель кампании совпадает с задачей**

  Нужны заявки — цель «Лиды» или «Взаимодействие: сообщения». «Трафик» и «Охват» приводят кликающих, а не покупающих.

- [ ] **07 География без лишнего**

  Только города или радиус, где вы реально работаете. Проверьте, что не стоит вся страна по умолчанию.

- [ ] **08 Аудитория не зажата**

  Слишком узкие интересы мешают алгоритму. Дайте ему пространство, а при необходимости исключите текущих клиентов.

- [ ] **09 Бюджет хватает на обучение**

  Meta ориентируется примерно на 50 результатов в неделю на группу объявлений. Маленький бюджет — меньше групп, а не дробление на десять.

- [ ] **10 Креатив проверен во всех плейсментах**

  Посмотрите превью в Reels и Stories: текст не должен попадать под кнопки и подпись интерфейса.

3 • КРЕАТИВ И ЗАЯВКИ

- [ ] **11 На тесте 3–4 разных креатива**

  Разные идеи, а не один баннер в трёх цветах. С одним креативом нечего сравнивать.

- [ ] **12 Хук в первые 2 секунды**

  Первая строка или первый кадр говорит о боли или выгоде клиента, а не о названии компании.

- [ ] **13 Оффер понятен за 5 секунд**

  Что человек получит, от какой цены и почему стоит написать сейчас.

- [ ] **14 Форма или чат фильтруют заявки**

  1–2 вопроса, которые отсекают случайных людей. В лид-формах попробуйте тип «Повышенное намерение» с экраном проверки.

- [ ] **15 Понятно, кто и как быстро отвечает**

  Назначен ответственный, есть первое сообщение по шаблону. Чем быстрее ответ, тем теплее клиент.

НАШЛИ У СЕБЯ ДЫРЫ?

Пришлите доступ на просмотр или скриншоты кабинета, и я бесплатно разберу, какие пункты из этого списка стоят вам денег.

1. **Напишите «АУДИТ» в директ @shokha.ads**
2. **Ответьте на 3 вопроса о бизнесе**
3. **Получите разбор с выводами**