

**Привет!**

Коротко о себе.

Меня зовут Иван Криволицкий, я занимаюсь настройкой контекстной рекламы Яндекс.Директ, а также как партнер участвую в нескольких проектах связанных с производством витражей и производством мебели. Моя компетенция - маркетинг и интернет-реклама, соответственно во всех проектах участвую как маркетолог.

**Как же отличить реального специалиста от афериста?  
Поехали...**

**1.** Первым делом спрашиваете кейсы специалиста.

Обычно предоставляют непонятную статистику с показателем CTR, вам это не интересно, просите примеры рекламных объявлений, примеры рекламных кампаний, а лучше пусть пришлет гостевой доступ к какому-нибудь рекламному аккаунту и вы сами сможете оценить. А если сами не соображаете, то попросите сделать аудит стороннего специалиста, обычно эту услугу предоставляют бесплатно. В этом случае сторонний специалист вас не обманет и он выльет все недочеты, которые там имеются, но парадокс в том, что если вы его наймете, то он не все их сделает))

**2.** Далее попросите предоставить 2-3 его клиента, с которыми он сотрудничает/сотрудничал в ближайшее время.

Можно попросить сайт и емейл/страничку ВК/фейсбук/какой-нибудь месседжер или просто номер телефона. Вам не обязательно писать и звонить этим руководителям и узнавать про специалиста. Сам факт уже введет человека в ступор, если за плечами он не имеет положительного опыта.

**3.** Если вас все устраивает, обратите внимание, какие вопросы он вам задает.

Специалист по-настоящему считается заинтересованным, если интересуется нынешней обстановкой в вашем интернет-бизнесе. Задает подобные вопросы: Как долго находитесь в интернете? Какие источники трафика уже привлекаете? Какой процент конверсии имеет ваш сайт? И прочие подобные вопросы, которые помогут ему понять вашу ситуацию.

**4.** Обязательно просите составить договор. Это также некий порог ответственности, который он берет на себя.

**5.** Отзывы есть, кейсы хорошие, контакты руководителей скинул, договор подписан, после этого высылается БРИФ с точными вопросами, на которые вы должны ответить, чтобы директор имел четкое представление о вашей сфере деятельности.

**6.** Даже несмотря на то, что БРИФ был заполнен корректно и учтены все моменты, все равно у хорошего специалиста будет масса вопросов. На этом этапе вы должны максимально уделить время специалисту, т.к. от этого будет зависеть точность рекламных объявлений, в конечном итоге - эффективно потраченный рекламный бюджет.

**7.** Есть еще один трюк, который поможет выявить специалиста с опытом. Все специалисты контекстной рекламы Яндекс.Директ пользуются ДиректКоммандером. Попросите его сделать скрин окошка с выбором аккаунта (Приложение - выбор логина, после этого нажимается на курсор выбора и всплывает весь список аккаунтов с которыми он имел дело) Если человек работает долгое время и разработал уже немалое количество рекламных кампаний, то там будет длинный список аккаунтов.

**8.** А-Б тестирование. Обязательно поинтересуйтесь, как будут проводиться А/Б тесты и будут ли они проводиться вообще? Настоящий специалист будет тестировать написание заголовков, текстов, картинок и смотреть, какие имеют большую эффективность для дальнейшего использования.

**9.** Обратите внимание, ставит ли ваш директор UTM метки в ссылки. Вы можете задать ему вопрос: "А для чего нужно ставить UTM метку в ссылку объявления?" Очень часто люди ее ставят бездумно. Она нужна для точной аналитики, чтобы иметь максимальное представление о том, по каким запросам к вам переходят наиболее горячие клиенты и совершают покупки, а какие запросы просто сливают ваш рекламный бюджет.

**10.** В заключение вы можете спросить у своего директора: "Что включает в себя ведение рекламной кампании?". Попросите директора подробно вам рассказать, желательно по телефону или при живом общении, чтобы у него не было возможности куда-либо подсмотреть. Прочитайте мою статью на тему "Ведения рекламной кампании" и подготовьтесь, а потом сравните его ответ и мои выводы.

Удачи в поисках хорошего специалиста контекстной рекламы Яндекс.Директ!