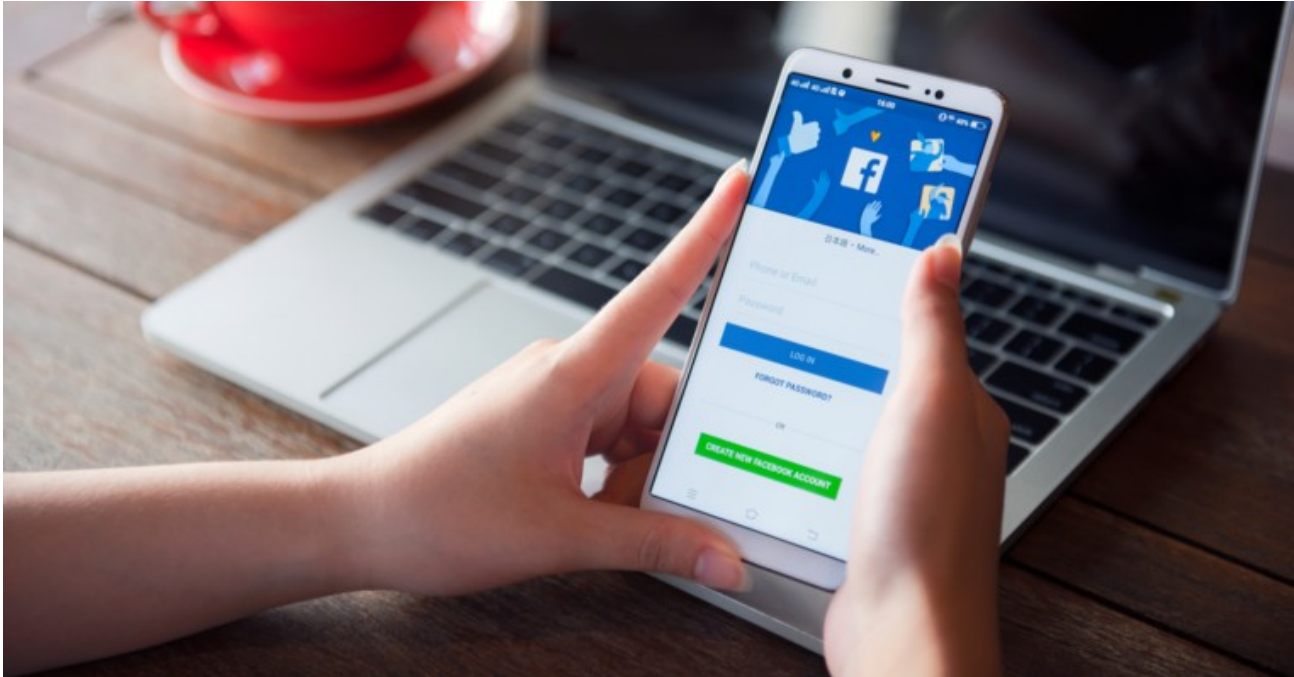


Facebook Checklist



אישורי לקוח

- ☐ יש בריף מלא וברור לפעילות
- ☐ אישור לקוח שמור בתיקייה
- ☐ נפתח בריף בסאפ

מדידה

- ☐ UTM יש קידוד
- ☐ הוטמע פיקסל צביעה
- ☐ הוטמע פיקסל המרה
- ☐ UTM-שם הקמפיין תואם לשם הקמפיין ב
- ☐ ליד מגיע באופן תקין למערכת / אושר שמדידת איקומרס תקינה
- ☐ אם מדובר בקמפיין ליד ג'נריישן - לוודא שמחובר למערכות של הלקוח מראש
- ☐ עמודי הנחיתה תקינים
- ☐ אחרי כמה שעות - יש ששנים באנליטיקס

מדיה

- ☐ התקציב שהוגדר תואם לאישור לקוח
- ☐ (חישבנו נכון את התקציב ברמת האד סט (לשים לב אם מדובר בתקציב קמפיינאלי או יומי

- ☐ (בחרנו אובג'קטיב מתאים לקמפיין (בהתאם ליעדים בתכנית מדיה
- ☐ בחרנו אובג'קטיב מתאים לאופטימיזציה ברמת האד סט
- ☐ התאריכים שהוגדרו נכונים
- ☐ אם מדובר בקמפיין ריסנסי - התאריך מוגדר לסוף החודש
- ☐ (יש היררכיית קהלים (למנוע חפיפת קהלים
- ☐ הגדרנו יישובים נגיבים
- ☐ שם הקמפיין תקין וכולל את שם הלקוח, סוג הקהל, סוג הפעילות ומס' הבריק
- ☐ אחרי כמה שעות - יש חשיפות וקליקים במערכת
- ☐ ?האם צריך לפבלש את הפוסט
- ☐ אין שגיאות כתיב/תחביר בפוסט
- ☐ יש קרייטיב מותאם לסטורי
- ☐ (יש גם קרייטיב סטטי וגם קרייטיב מופלש (גיף/וידאו
- ☐ אם מדובר בקמפיין וידאו - הוידאו עולה בפורמט ורטיקלי
- ☐ נפתחו רשימות צביעה
- ☐ יש פוסטים מותאמים לקהל חדש ולרימרקטינג
- ☐ יש לפחות 3 פוסטים לכל סוג קהל

Make and Share Free Checklists
checkli.com