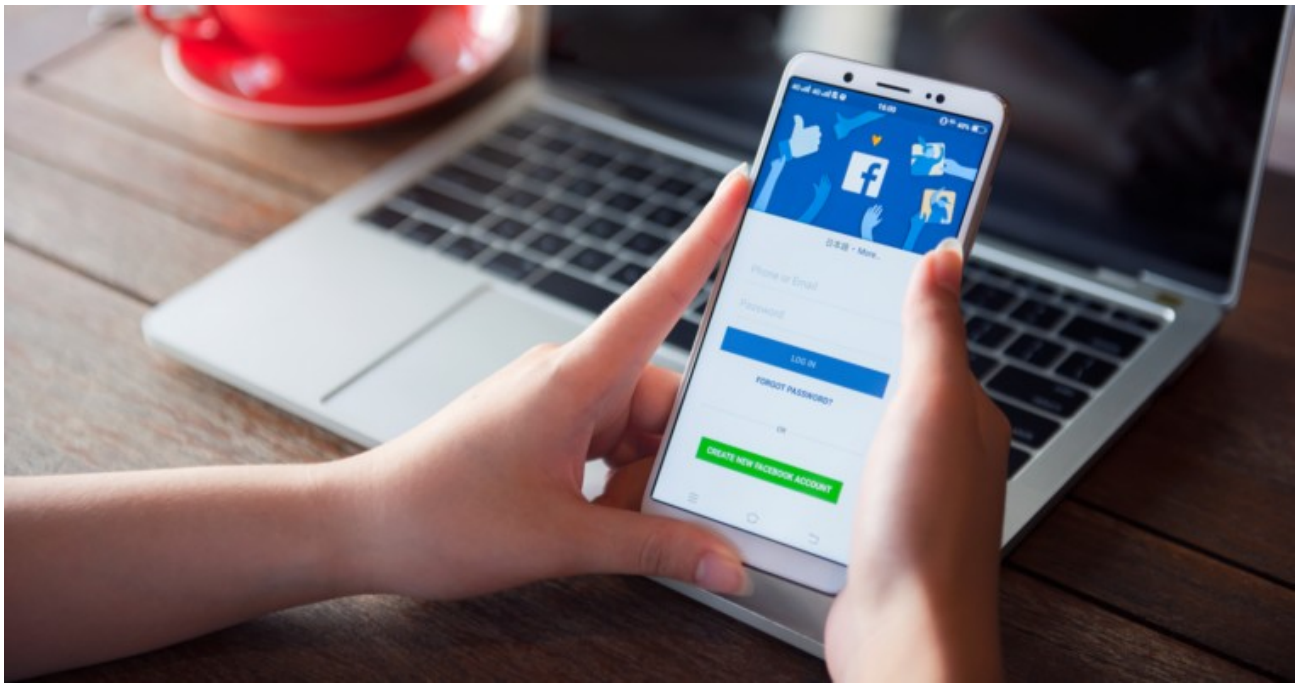
Facebook Checklist



אישורי לקוח

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

מדידה

- [ ] יש קידוד UTM
- [ ] הוטמע פיקסל צביעה
- [ ] הוטמע פיקסל המרה
- [ ] שם הקמפיין תואם לשם הקמפיין ב-UTM
- [ ] 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 סשנים באנליטיקס

מדיה

- [ ] התקציב שהוגדר תואם לאישור לקוח
- [ ] חישבנו נכון את התקציב ברמת האד סט (לשים לב אם מדובר בתקציב קמפייניאלי 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 נגטיבים
- [ ] שם הקמפיין תקין וכולל את שם הלקוח, סוג הקהל, סוג הפעילות ומס' הבריף
- [ ] אחרי כמה שעות - יש חשיפות וקליקים במערכת
- [ ] האם צריך לפבלש את הפוסט?
- [ ] אין שגיאות כתיב/תחביר בפוסט
- [ ] יש קרייאטיב מותאם לסטורי
- [ ] יש גם קרייאטיב סטטי וגם קרייאטיב 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