

Привет!

Коротко о себе.

Меня зовут Иван Соценко, я занимаюсь настройкой контекстной рекламы Google Adwords, а также SEO – продвижением своих и клиентских проектов. Являюсь основателем обучающих курсов SEOpractic. 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/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 специалист по контекстной рекламе 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 Google Adwords пользуются Google AdWords Editor. 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. В заключение Вы можете спросить у своего специалиста по контекстной рекламе: "Что включает в себя ведение рекламной кампании?". Попросите специалиста по контекстной рекламе подробно Вам рассказать, желательно по телефону или при живом общении, чтобы у него не было возможности куда-либо подсмотреть.

Удачи в поисках хорошего специалиста контекстной рекламы Google Adwords!