# Размещение с UTM: путь к заказу

SKU: _____ Период: _____ Канал и автор: _____

## Предложение

- [ ] Выбрать один SKU и проверяемый вопрос покупателя.
- [ ] Записать цену, наличие и страницу целевого товара.
- [ ] Зафиксировать формат размещения и обещание публикации.

## Размеченная ссылка

- [ ] Назначить уникальные utm_source, utm_medium и utm_campaign.
- [ ] Дать каждому размещению отдельный utm_content.
- [ ] Проверить ссылку с телефона после перенаправлений.

## Цель и период

- [ ] Убедиться, что страница открывается и предложение совпадает.
- [ ] Настроить одну цель на сайте, например начало оформления.
- [ ] Записать период, источник визитов и определение цели.

## Переходы и заказы

- [ ] Проверить визиты и целевые визиты по каждой UTM-метке.
- [ ] Не смешивать просмотры публикации и визиты сайта.
- [ ] Отдельно сверить оплаченные заказы по сохранённой метке.

## Экономика и решение

- [ ] Записать выручку, число заказов и средний чек.
- [ ] Записать стоимость размещения и её источник.
- [ ] Разобрать потерянные метки, возвраты и решение по формату.

Готово: ссылка, метка и цель проверены; заказы и затраты имеют источник.

Официальные источники, проверено 16.11.2026: Яндекс Метрика — UTM, отчёт меток, цели, потери меток.
Ссылки: yandex.ru/support/metrica/ru/