

Чек-лист: 12 точок втрати конверсій у Meta Pixel



Використовуйте цей чек-лист для самостійного аудиту налаштувань Meta Pixel. Перевірка займе 15-20 хвилин. Відмічайте пункти, які потребують виправлення.

- | | | |
|----|---|--------------------------|
| 1 | Pixel встановлено на всіх сторінках
Перевірте через Facebook Pixel Helper, що базовий код присутній на кожній сторінці. | ☐ |
| 2 | Немає дублювання коду Pixel
Один Pixel ID має бути лише один раз. Перевірте GTM, тему та плагіни. | ☐ |
| 3 | Conversion API налаштовано
Серверна передача подій дає 20-30% більше даних через блокувальники. | ☐ |
| 4 | Event_id для дедуплікації
Browser + CAPI мають передавати однаковий event_id для кожної події. | ☐ |
| 5 | Хешовані дані користувачів
Передавайте em, ph, fn, ln у SHA256 для Match Quality 8-10 балів. | ☐ |
| 6 | Правильний формат телефону
Нормалізуйте номери до E.164 (380XXXXXXXXX) перед хешуванням. | ☐ |
| 7 | Cookie_fbp та_fbc передаються
Ці cookies критичні для атрибуції кліків з реклами у CAPI. | ☐ |
| 8 | IP та User Agent в CAPI
Серверні запити мають містити client_ip_address та client_user_agent. | ☐ |
| 9 | Коректні URL подій
event_source_url має відповідати реальній сторінці без параметрів. | ☐ |
| 10 | Тестові події вимкнено
Перед запуском кампаній видаліть test_event_code з налаштувань. | ☐ |
| 11 | Немає фейкових подій
Події Lead/Purchase мають спрацьовувати лише на реальні конверсії. | ☐ |
| 12 | Events Manager без помилок
Регулярно перевіряйте Diagnostics на попередження та помилки. | ☐ |

Результати перевірки:

0-2 проблеми

— Pixel налаштовано добре

6+ проблем

— Критично

3-5 проблем

— Потрібна оптимізація