Отделите приписанные заявки от добавленного результата

18 действий из полного гайда. Неотмеченный пункт требует уточнения: сначала получите результат, затем поставьте галочку.

Вопрос и исход

- [ ] **Воздействие названо.** Известна исследуемая кампания. Не смешивайте весь маркетинг.
- [ ] **Решение определено.** Понятно, зачем нужен результат. Не исследуйте без рабочего вопроса.
- [ ] **Исход точный.** Обращение или договор назван верно. Не называйте лид сделкой.
- [ ] **Единица согласована.** Успех считается одинаково. Не сравнивайте клики с людьми.
- [ ] **Окно одинаково.** Дано сопоставимое время. Не смешивайте зрелость исходов.
- [ ] **Повторы учтены.** Есть общее правило. Не умножайте результат дублями.

Контроль и измерение

- [ ] **Аудитория сопоставима.** Понятно формирование групп. Не выбирайте контроль по удобству.
- [ ] **Воздействие исключено.** Контроль не получает исследуемую рекламу. Не игнорируйте пересечение.
- [ ] **Другие условия сохранены.** Изменения записаны. Не объясняйте всё одной кампанией.
- [ ] **Размеры известны.** Есть база каждой группы. Не вычитайте неравные количества.
- [ ] **Данные проверены.** Измерение одинаково. Не принимайте сбой за эффект.
- [ ] **Моделирование отмечено.** Оценённое отделено от наблюдаемого. Не называйте прогноз состоявшейся сделкой.

Расчёт и решение

- [ ] **Доли рассчитаны.** Знаменатели подписаны. Не смешивайте прирост и долю эффекта.
- [ ] **Неопределённость оценена.** Показан предел вывода. Не считайте точку гарантией.
- [ ] **Атрибуция отделена.** Обычный отчёт подписан отдельно. Не приравнивайте присвоение к причинности.
- [ ] **Стоимость ограничена.** Есть подходящий положительный эффект. Не делите уверенно на неустановленный результат.
- [ ] **Масштаб не обещан.** Условия переноса рассмотрены. Не гарантируйте линейный рост.
- [ ] **Вывод сохранён.** Есть решение и открытые вопросы. Не скрывайте неубедительный результат.

Запишите факты и следующий шаг

Контроль должен соответствовать исследовательскому вопросу. Произвольные люди без рекламного клика не становятся сопоставимой контрольной группой.

Воздействие: _____ Дата: _____

Воздействие / аудитория / группы	Исход / окно / единица / повторы	Данные / расходы / ограничения

Метка стала причиной. Атрибутированное действие объявлено добавленным.

Контроль выбран произвольно. Другой город или некликнувшие приняты без дизайна.

Знаменатель забыт. Вычитаются сырые числа неравных групп.

Точка стала гарантией. Неопределённость эффекта не показана.

Заявка стала комиссией. Промежуточный исход назван заработком.

Следующее действие: _____

Ответственный: _____ Срок: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Как реклама связана с реальным следующим шагом?

Диагностическая карта для риелтора поможет связать привлечение, принятые обращения, обработку и переход к встрече, не подменяя итог кликами.

Проверить путь результата →

Воздействие, контроль, одинаковый исход и оценка дополнительного эффекта с ограничениями. Подготовлено 2026-10-14.