У конкурента красиво. А заявки есть?

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

Рамка наблюдения

- [ ] **Задача анализа определена.** Известно, что улучшаем у себя. Не делайте архив без решения.
- [ ] **Услуги сопоставимы.** Тип клиента и этап различены. Не смешивайте объект и обучение.
- [ ] **Правила отбора есть.** Понятен состав примеров. Не выбирайте лишь удобные.
- [ ] **Дата записана.** Известна актуальность версии. Не выдавайте старое за новое.
- [ ] **Источник сохранён.** Есть адрес или проверяемая запись. Не опирайтесь на память.
- [ ] **Неизвестное обозначено.** Регион и условия не угаданы. Не заполняйте пробелы вымыслом.

Разбор предложения

- [ ] **Аудитория выделена.** Видно, кому адресовано сообщение. Не считайте её доказанным таргетингом.
- [ ] **Обещание записано.** Оно отдельно от результата. Не подтверждайте рекламу самой рекламой.
- [ ] **Основание описано.** Указан видимый пример или процесс. Не переносите успех на всех.
- [ ] **Состав проверен.** Цена и срок относятся к объёму. Не сравнивайте разные услуги.
- [ ] **Продолжение просмотрено.** Понятна доступная часть пути. Не оставляйте фиктивные заявки.
- [ ] **Расхождение конкретно.** Указаны фрагменты двух версий. Не приписывайте скрытый умысел.

Свой тест

- [ ] **Принцип выделен.** Есть гипотеза пользы элемента. Не копируйте весь макет.
- [ ] **Материал собственный.** Текст и пример созданы для своей работы. Не используйте чужие кейсы.
- [ ] **Обещание выполнимо.** Команда поддерживает заявленный результат. Не заимствуйте невозможный срок.
- [ ] **Критерий задан.** Понятно, что будет проверено. Не ограничивайтесь симпатией.
- [ ] **Условия сохранены.** Известны версия, аудитория и период. Не сравнивайте несопоставимое.
- [ ] **Вывод ограничен.** Неизвестные результаты конкурента не угаданы. Не называйте наблюдение прибылью.

Запишите факты и следующий шаг

Фиксируйте содержание доступной версии. Публичная заявка о результате не доказывает внутренние показатели компании. Границу наблюдения обозначайте явно.

Услуга: _____ Период: _____

Источник / дата / условия	Аудитория / обещание / основание	Действие / страница / неизвестное

Обещание стало фактом. Рекламный текст признан доказательством результата.

Неизвестные цифры додуманы. Бюджет и заявки выведены по внешнему виду.

Услуги несопоставимы. Разный состав работы сравнивается одной ценой.

Чужое стало своим. Пример или кейс присвоены без основания.

Сравнение изменило всё. Причина результата неотделима от других условий.

Следующее действие: _____

Ответственный: _____ Срок: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Идей для рекламы много, а причина слабых обращений неясна?

Диагностическая карта для риелтора поможет проверить связь предложения, страницы, полезного материала и обработки, чтобы выбрать нужное улучшение.

Найти задачу для улучшения рекламы →

Что можно увидеть в чужой рекламе и как превратить наблюдение в самостоятельное улучшение без выдуманных показателей. Подготовлено 2026-10-14.