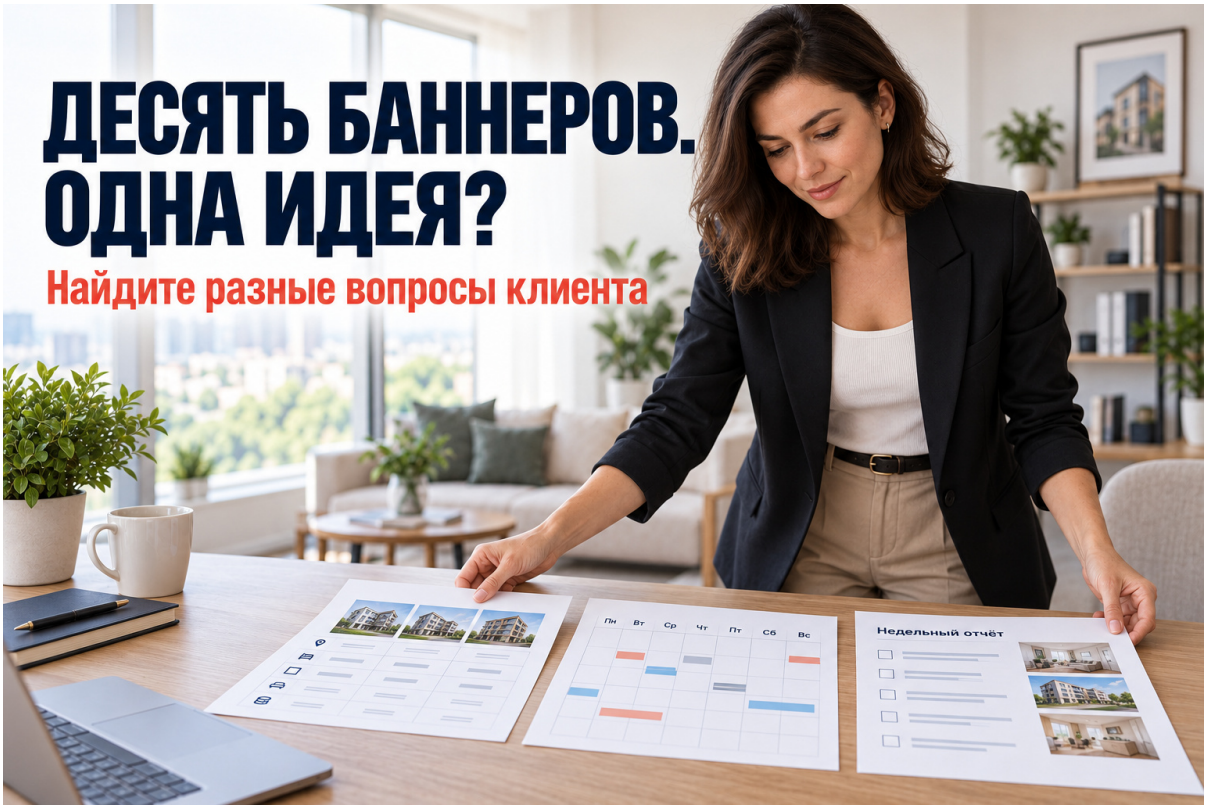
Не десять одинаковых баннеров: матрица потребностей и доказательств

Разведите вопросы собственников и подготовьте рекламные идеи с доказательствами. Внутри матрица, три заполненные карточки, правила отбора и лист будущей проверки.



12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Авторская методика Нейросистемы риелтора. M01, M02 и M03 являются учебными идеями. Их эффективность не измерялась; это не обещание роста заявок или цены результата.

Три вопроса, три разных предмета пользы

Вы меняете картинки и цвета, но не можете объяснить, какие разные причины обратиться проверяет реклама.

Вопрос собственника	Предмет пользы	Ограничение
С какой цены начать?	Таблица критериев сравнения	Не окончательная оценка
Как организовать показы?	Порядок согласования времени	Не гарантия всех явок
Что делает агент?	Учебный отчёт о работе	Не реальная статистика объекта

Что нужно для смысловой матрицы

- Одна конкретная услуга и её первый результат.
- Три наблюдаемые ситуации собственников.
- Вопросы клиента и основания их выбора.
- Доступные инструменты, схемы и примеры.
- Страница, материал и действие после перехода.
- Ресурсы производства и событие будущей проверки.

Услуга, ситуации и доказательства

1. Ограничьте услугу и её результат

Назовите конкретную помощь и результат первого действия. Отделите первичный разбор от оценки, договора и гарантии продажи.

Готово: Команда может выполнить то, что обещает реклама.

Не делайте так: Варианты строятся вокруг неопределённого «решим всё».

2. Выберите разные ситуации клиента

Запишите вопросы собственников и основания: наблюдение из разговора или пока предположение. Обезличьте примеры.

Готово: Каждая строка матрицы отвечает на свой вопрос.

Не делайте так: Разные возраста названы разными потребностями без объяснения.

3. Найдите доступные доказательства

Для каждой ситуации рассмотрите инструмент, порядок работы или учебное сравнение. Отмечайте пустые ячейки и статус примеров.

Готово: Подтверждение можно показать без выдуманного результата.

Не делайте так: Изображение ключей названо доказательством успешной продажи.

Какие вопросы подтверждены наблюдением

Карточки, маршрут и проверка

4. Соберите карточки и удалите дубли

Заполните ситуацию, вопрос, результат, доказательство, действие и ограничение. Прочитайте варианты без картинок.

Готово: Смысловые различия понятны без цвета и дизайна.

Не делайте так: Одно обещание размножено синонимами и разными фонами.

5. Подготовьте маршрут и макет

Согласуйте объявление, страницу, материал и форму. Используйте один логотип и общий стиль, сохраняя разный предмет пользы.

Готово: Человек после клика получает продолжение обещанной темы.

Не делайте так: Баннер про показы ведёт на общую страницу о любых услугах.

6. Определите вопрос проверки

Выберите событие, условия сравнения и допустимый вывод. Отличайте проверку целого подхода от изменения отдельного элемента.

Готово: Понятно, что считаем и чего результат не доказывает.

Не делайте так: Разницу двух заявок приписали цвету при разных аудиториях.

Что отличает оставшиеся идеи

M01, M02, M03: заполненные идеи

Три учебные идеи для первичного разбора плана продажи. Это заполненные заготовки, а не опубликованные объявления или результаты рекламной кампании.

ID / вопрос	Доказательство и действие	Граница обещания
M01 / стартовая цена	Таблица критериев; открыть материал	Не определяем цену без данных
M02 / порядок показов	Схема согласования; изучить порядок	Не обещаем отсутствие отказов
M03 / ход работы	Учебный отчёт; посмотреть структуру	Не выдаём цифры за реальный объект

Идеи различаются вопросом и предметом пользы. Они могут вести к одной услуге, но требуют соответствующих материалов. У каждой отдельный ID, версия и явно обозначенное ограничение.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
Сделать десять цветовых вариантов одного обещания	Сначала выбрать разные вопросы и доказательства.
Заполнить все девять ячеек любой ценой	Оставить пробелы там, где нет материала или смысла.
Две заявки против одной доказывают победу	Записать наблюдение и проверить основания вывода.

Отбор без выдуманного рейтинга успеха

Что обнаружили	Решение по идее	Следующее действие
Вопрос подтверждён, материал есть	Готовить карточку	Согласовать обещание и маршрут
Вопрос пока предположен	Отметить гипотезу	Уточнить реальный опыт клиента
Доказательства нет	Отложить выпуск	Создать честный учебный образец
Смысл повторяет другую карточку	Объединить	Сохранить полезные формулировки
Страница не поддерживает тему	Исправить маршрут	Проверить материал и форму
Меняются сразу многие условия	Сузить вывод	Сравнивать подходы, не один элемент

Три вопроса к рекламной идее

1. Какой вопрос клиента отличает эту идею от остальных?
2. Что человек увидит в подтверждение обещанной пользы?
3. Какой результат мы будем считать и что он не докажет?

18 проверок креативной матрицы

Галочка означает подтверждённый результат. Если данных нет, перенесите вопрос в лист решений.

Смысл и доказательство

- [ ] **Услуга определена.** Понятен результат первого шага. Не обещайте всё сразу.
- [ ] **Ситуации различаются.** Есть разные вопросы клиентов. Не делите только по возрасту.
- [ ] **Основание отмечено.** Наблюдение отличимо от догадки. Не выдавайте мнение за исследование.
- [ ] **Доказательство доступно.** Его можно показать на странице. Не заменяйте его эпитетом.
- [ ] **Учебный пример подписан.** Вымышленное не выглядит реальным кейсом. Не придумывайте достижения.
- [ ] **Пустые ячейки допустимы.** Недостаток материала виден. Не заполняйте их фантазией.

Карточка и маршрут

- [ ] **Шесть полей заполнены.** Есть вопрос, польза и ограничение. Не храните один слоган.
- [ ] **Дубли удалены.** Различие понятно без картинки. Не размножайте синонимы.
- [ ] **Обещание выполнимо.** У команды есть нужный процесс. Не гарантируйте поведение покупателя.
- [ ] **Переход соответствует.** Страница продолжает идею. Не теряйте тему после клика.
- [ ] **Материал существует.** Обещанное можно получить. Не ведите к пустой форме.
- [ ] **Стиль един.** Логотип и правила оформления постоянны. Не генерируйте новый бренд.

Проверка и вывод

- [ ] **Версия сохранена.** ID связан с текстом и страницей. Не заменяйте историю.
- [ ] **Событие определено.** Файл и заявка считаются отдельно. Не объявляйте клик клиентом.
- [ ] **Условия сравнения названы.** Известно, что меняется. Не приписывайте всё заголовку.
- [ ] **Ресурсы соразмерны.** Варианты можно подготовить и оценить. Не запускайте всё ради таблицы.
- [ ] **Малые числа не преувеличены.** Ограничение данных записано. Не выбирайте победителя наугад.
- [ ] **Нейросеть проверена.** Нет придуманных отзывов и цифр. Не публикуйте выдуманные доказательства.

Карточки вопросов и доказательств

Одна строка описывает смысловую идею. Новый цвет или ракурс сам по себе не создаёт нового вопроса клиента. Необоснованную ячейку можно оставить незаполненной.

Услуга: _____

Ситуация / вопрос / основание	Польза / доказательство / статус	Действие / материал / ограничение

Результат первого действия: _____

Что осталось неизвестным: _____

Дата проверки материалов: _____

План будущей проверки вариантов

Матрица является подготовкой. Для эксперимента отдельно определите, что остаётся одинаковым и какое различие проверяется. Отсутствие результата не заменяйте прогнозом модели.

ID / версия / что меняем	Событие / условия / источник	Результат / ограничение / решение

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Десять одинаковых смыслов. Различаются цвета, а не вопросы клиента.

Доказательство выдумано. Макет изображает несуществующий успех.

Переход меняет тему. Обещание объявления исчезает на странице.

Проверка не определена. Клик, файл и договор смешаны в один результат.

Случайный победитель. Малые числа получили слишком сильный вывод.

Согласуйте следующий шаг

Карточка одной рекламной идеи

ID _____. Услуга _____. Ситуация _____. Вопрос клиента _____. Основание _____. Полезный результат _____. Доказательство _____. Действие _____. Страница _____. Ограничение _____. Что проверяем _____. Учтённое событие _____.

Первое действие после чтения

Выберите одну услугу. Подготовьте три смысловые карточки и прочитайте их без изображений. Удалите дубли, заполните пробелы в доказательствах, затем переходите к визуалу и плану проверки.

Ответственный за обещание: _____

Что подготовить до производства: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Реклама есть, а понятного пути к клиенту нет?

Диагностическая карта для риелтора поможет связать разные рекламные идеи, полезные материалы, получение обращений и следующий шаг в работе с клиентом.

Проверить путь от идеи к клиенту →

14.10.2026 проверена официальная справка Яндекс Директа об A/B-экспериментах. Матрица потребностей и доказательств создана самостоятельно для подготовки идей, не заменяет настройку эксперимента.

Яндекс Директ: A/B-эксперименты и гипотеза проверки

Матрица: потребность встречается с доказательством

Три строки и три столбца дают девять мест для идей. Это пространство поиска, а не обязательство выпустить девять объявлений.

Ситуация: инструмент	Последовательность	Учебное сравнение
Цена: критерии аналогов	Порядок сбора данных	Два набора сравнимых объектов
Показы: календарь	Правила подтверждения времени	Согласованный слот и неопределённое время
Работа агента: отчёт	Обсуждение следующего шага	Список действий и отчёт с выводом
Если материала нет	Нужно подготовить	Ячейку пока не использовать

В каждой ячейке уточняйте не только тему, но и вопрос. Для цены это может быть выбор сравнимых объектов, для показов согласование времени, для отчёта понимание следующего решения. Если формулировка не помогает представить конкретный материал, она ещё слишком общая для производства.

Доказательство в этой матрице означает доступный способ показать устройство услуги. Учебная таблица подтверждает, что вы объясняете критерии, но не подтверждает успешную продажу. Отдельно проверяйте фактические заявления. Нельзя переносить статус наглядного примера на реальную статистику клиента.

При отборе используйте понятные признаки готовности: материал есть, обещание выполнимо, страница подготовлена, действие измеримо. Не переводите сумму этих признаков в вероятность успеха. Они помогают организовать работу, а не рассчитать будущий спрос или стоимость обращения.

Сотрудник должен найти карточку по вопросу клиента, а не по цвету. Сохраните ID, точный текст, файл и версию страницы. Изменение обещания фиксируйте отдельно. Так библиотека будет хранить опыт конкретных подходов и не станет папкой красивых картинок без объяснения назначения.

От карточки идеи к понятной проверке

Пример плана отделяет подготовку содержания от доказательств его эффективности. До запуска ни один вариант не считается победителем.

Вопрос проверки	Что сохранить	Допустимое ограничение
Понятен ли смысл?	Карточку и ответы при проверке понимания	Понятность ещё не спрос
Получают ли обещанное?	Страницу, материал и маршрут выдачи	Выдача ещё не заказ услуги
Какие обращения приходят?	Определение запроса и его источник	Обращение ещё не договор
Что вызвало различие?	Изменения и условия сравнения	Несколько изменений не объясняются одним цветом
Можно ли повторить?	Версию и границы наблюдения	Результат не становится гарантией

Официальная справка Директа рекомендует одну гипотезу с одним параметром в эксперименте. Если сравниваются два полностью разных подхода, это так и описывается. Не утверждайте, что выявили эффект заголовка, когда одновременно поменялись аудитория, предложение и страница. Сила вывода зависит от устройства проверки.

Перед запуском задайте событие и способ учёта. Для скачивания нужен факт выдачи, для запроса услуги понятное обращение. Запись в мессенджере, открытие формы и завершённая консультация не взаимозаменяемы. Дополнительные показатели помогают разобраться в маршруте, но не подменяют выбранную задачу.

Для нейросети подготовьте описание услуги, ситуации клиентов и перечень реально доступных материалов. Запросите шесть полей карточки, затем отдельную проверку смысловых дублей. Попросите помечать недостающее доказательство. Не разрешайте подставлять выдуманные отзывы, цены результата или историю клиента.

При оформлении используйте единый канонический логотип, палитру и читаемую иерархию. Меняйте предмет пользы: таблица, календарь, отчёт. Смотрите уменьшенное изображение и фактическое кадрирование. Крупный честный вопрос должен читаться, а художественная сцена не должна выглядеть доказательством реальной сделки.