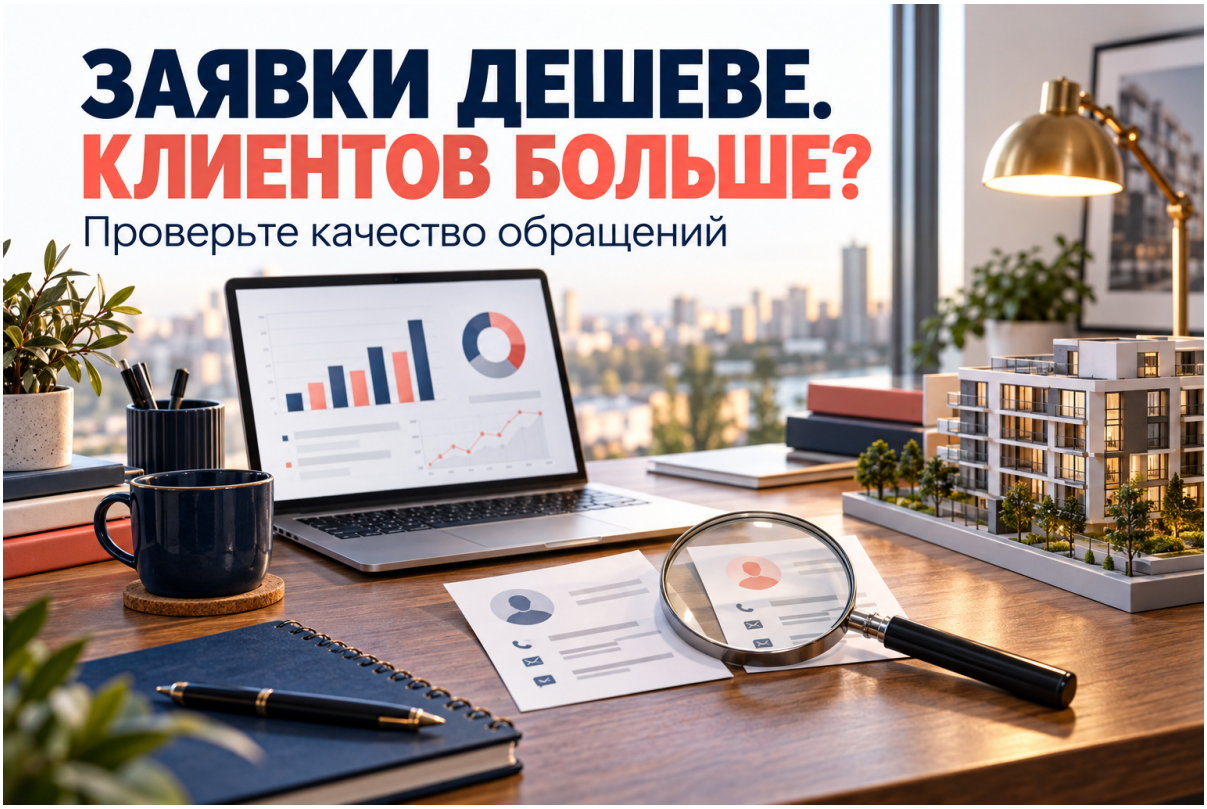
Реклама под контролем: сборщик отчёта по расходам и обращениям

Соберите воспроизводимый отчёт и сопоставьте рекламные расходы с подтверждёнными задачами клиентов.



12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Авторский учебный разбор. Все суммы, направления и обращения вымышлены. Реальные кабинеты, цели, бюджеты и заявки не менялись.

Три слоя, которые нельзя смешивать

Конверсии в кабинете растут, но непонятно, сколько новых подходящих задач получает агент и почему предлагается увеличить расходы.

Слой	Что смотрим	Что не подменяем
Расход	Сумма при известных настройках	Не все затраты бизнеса
Событие	Условие выбранной цели	Не обязательно новый клиент
Обращение	Подтверждённая новая задача	Не каждое повторное касание
Качество	Заранее согласованный критерий	Не будущая сделка

Что взять на разбор рекламы

- Вопрос для решения и конкретное направление услуги.
- Период, кампании, фильтры и дата выгрузки.
- Номер цели, её условие и выбранная атрибуция.
- База расходов с отметкой об НДС и исключённых затратах.
- Обезличенный журнал задач с основанием источника.
- Критерий подходящей задачи, статусы и владелец проверки.

Вопрос, настройки и смысл цели

1. Назовите решение и направление

Запишите, что требуется решить: например, есть ли основания расширять привлечение собственников. Отделите продажу квартир от аренды и подбора новостроек. Не смешивайте разные задачи клиента ради общей красивой цифры.

Готово: Один вопрос связан с конкретным направлением.

Не делайте так: Начинать с всех доступных столбцов, не понимая цели разбора.

2. Сохраните паспорт настроек

В Мастере отчётов зафиксируйте период, кампании, фильтры, выбранные цели, атрибуцию и учёт НДС. Рядом укажите дату выгрузки. В сравнении используйте согласованную базу расходов и сопоставимые условия.

Готово: Другой сотрудник может воспроизвести состав отчёта.

Не делайте так: Сравнивать суммы с налогом и без него или разные части кампании.

3. Разберите смысл конверсии

Запишите номер счётчика и цели, условие срабатывания и этап пути. Открытие формы, отправка и нажатие телефона должны оставаться отдельными действиями. Попросите подтверждение настройки, если название цели не раскрывает смысл.

Готово: Понятно, что измеряет выбранная колонка.

Не делайте так: Сложить разные события одного человека как новых клиентов.

Какой показатель требует уточнения

Журнал задач, расчёт и действие

4. Сверьте журнал новых задач

По каждому обращению сохраните код, основание источника, направление, статус и продолжение. Повторы одной задачи объединяйте по принятому правилу. Неизвестные источники и ещё не разобранные обращения оставляйте отдельными категориями.

Готово: Есть подтверждённая база для оценки качества.

Не делайте так: Приписать рекламе все звонки или считать недозвон плохой заявкой.

5. Рассчитайте две стоимости

На одной базе расходов посчитайте стоимость подтверждённого нового обращения и подходящей задачи. Подпишите знаменатели. Не делите на ноль. Отделите эти показатели от цены сделки, полного привлечения и прибыли.

Готово: Формулы проверены, открытые статусы обозначены.

Не делайте так: Назвать цену подходящей задачи окупаемостью без комиссий и полных затрат.

6. Запишите действие и повторную проверку

Сформулируйте одно расхождение, нужную проверку, владельца и условие пересмотра. Сохраните отчёт с понятным названием. Перед следующим сравнением подтвердите настройки и обновите статусы обработки.

Готово: Решение можно проверить по фактам.

Не делайте так: Автоматически увеличивать бюджет по одной низкой цене события.

Что нужно подтвердить до решения

Две цены одного направления

Вымышленный одинаковый период. Все 18 новых обращений подтверждены, источники установлены, дубли удалены, открытых статусов нет. Расходы на одной базе, без услуг подрядчика.

Показатель	А	Б
Расход	12 000 ₽	9 000 ₽
Новые обращения	8	10
Подходящие задачи	6	3
Цена обращения	1 500 ₽	900 ₽
Цена подходящей задачи	2 000 ₽	3 000 ₽
Доля подходящих	75%	30%

Б дешевле по новому обращению, но дороже по подходящей задаче. Это основание разобрать состав обращений, а не автоматически менять бюджет. Сделки и прибыль здесь не измерялись.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
Лиды подешевели, увеличиваем расходы	Сначала уточним цель и подтверждённое качество обращений.
У нас 18 конверсий, значит 18 клиентов	События и новые задачи сверим отдельными строками.
Не дозвонились — нецелевой	Оставим открытый статус до предусмотренной проверки.

Проверка раньше изменения бюджета

Расхождение	Что проверить	Результат проверки
Разные суммы расходов	Период, кампании, фильтры, НДС	Сопоставимая база
Много событий, мало задач	Условие цели и повторы	Понятная единица учёта
Много неподходящих	Обещание, услуга, территория, обработка	Конкретная повторяющаяся причина
Нет подтверждённых подходящих	Открытые статусы и полнота журнала	Явная запись без деления на ноль
Цена стала ниже	Те же настройки и критерий качества	Основание для следующего решения

Три вопроса риелтора

1. Какая единица скрывается за словом конверсия?
2. На каком основании эти задачи связаны с рекламой?
3. Что надо подтвердить до изменения расходов?

18 проверок воспроизводимого отчёта

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

Основание отчёта

- [ ] **Вопрос задан.** Понятно решение по направлению. Общая статистика не заменяет задачу.
- [ ] **Период совпадает.** Сравниваются согласованные даты. Часть недели не полная неделя.
- [ ] **Кампании зафиксированы.** Известен выбранный набор. Фильтр может скрыть часть данных.
- [ ] **НДС указан.** Одинаковая база сумм. Разные базы искажают сравнение.
- [ ] **Атрибуция записана.** Сохранена выбранная модель. Смена модели меняет разбор.
- [ ] **Дата выгрузки есть.** Известен момент проверки. Статусы уточняются позже.

События и задачи

- [ ] **Цель определена.** Номер и условие известны. Название Лид не доказательство.
- [ ] **Этапы разделены.** Открытие и отправка отдельно. Сумма событий не число людей.
- [ ] **Источник обоснован.** Есть данные или отмеченные слова клиента. Работавшая реклама не доказывает источник.
- [ ] **Повторы разобраны.** Один код одной задачи. Второй звонок не обязательно новый клиент.
- [ ] **Критерий согласован.** Подходящая задача определена заранее. Нельзя менять ради отчёта.
- [ ] **Неизвестное выделено.** Открытые статусы видны. Отсутствие ответа не ноль.

Расчёт и решение

- [ ] **Знаменатель подписан.** Понятно что именно делим. Событие и задача различаются.
- [ ] **Деление проверено.** Ноль обработан без расчёта. Не выдумывайте бесконечную или нулевую цену.
- [ ] **Состав затрат известен.** Подрядчик и прочее отмечены отдельно. Расход кабинета не вся себестоимость.
- [ ] **Вывод ограничен.** Малый объём и незавершённость указаны. Пример не прогноз.
- [ ] **Действие назначено.** Есть предмет и ответственный. Оптимизировать слишком расплывчато.
- [ ] **Пересмотр предусмотрен.** Проверяются те же условия. Новая таблица не всегда сравнима.

Ваше сопоставление расходов и задач

Заполните одну строку на сопоставимое направление. Неизвестные источники и незавершённую квалификацию отмечайте явно.

Направление: _____ Дата выгрузки: _____

Период / направление / настройки	Расход / задачи / статусы	Расчёт / ограничение / вывод

Подтверждённое расхождение: _____

Что осталось неизвестным: _____

Повторная сверка: _____

Журнал решений по рекламе

Решение должно вытекать из подтверждённых данных. Изменение бюджета не является обязательным результатом разбора.

Расхождение / основание	Проверка / ответственный	Результат / следующий пересмотр

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Периоды или базы расходов различаются. сначала приведите к сопоставимому виду.

Сумма целей названа числом клиентов. проверьте единицу учёта.

Источник восстановлен догадкой. отметьте неизвестное.

На ноль рассчитали цену задачи. покажите отсутствие подтверждённых задач.

График заменил разбор качества. откройте журнал обращений.

Согласуйте следующий шаг

Как начать разговор с подрядчиком

Давайте сверим один период, выбранные кампании, цель, атрибуцию и базу расходов. Затем отдельно посмотрим подтверждённые новые и подходящие задачи. Если есть расхождение, запишем его причину и следующую проверку до решения об увеличении бюджета.

Первое действие после чтения

Выберите одно направление. Сохраните настройки отчёта и сопоставьте с обезличенным журналом задач. Найдите одно расхождение, которое мешает принять обоснованное решение.

Владелец проверки: _____

Условие повторной оценки: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Реклама приводит обращения — что происходит дальше?

Диагностическая карта для риелтора помогает найти разрыв между привлечением, первым ответом и встречей. Разберите процесс до следующего увеличения расходов.

Разобрать путь обращения →

Справки Яндекс Директа о Мастере, целях, атрибуции, НДС и сохранении проверены 14.10.2026. Состав доступных настроек сверяйте в своём кабинете.

Яндекс Директ: Мастер отчётов

Настройки отчёта

Цели и конверсионные метрики

Выбор атрибуции

Учёт НДС

Сохранение отчётов

Паспорт отчёта: что сохранить вместе с цифрами

Это авторская карточка воспроизводимости. Она дополняет сохранённый отчёт и не является изображением интерфейса Директа.

Поле	Учебное заполнение
Вопрос	Проверить качество привлечения собственников
Период	Один одинаковый выбранный интервал для А и Б
Набор	Только согласованные кампании и фильтры
Цель	Зафиксировать номер, счётчик и условие
Атрибуция	Записать фактически выбранную модель
Расход	Единая база НДС; подрядчик не включён
Журнал	18 новых задач; источники подтверждены
Дата проверки	Записать фактическую дату сверки

Не копируйте условные значения вместо настроек своего кабинета. Если часть обращений пока не квалифицирована, добавьте их число и назначьте продолжение. Изменение статуса после разговора нужно объяснять датой обновления.

Сравнение двух вариантов атрибуции можно выполнить отдельно, сохранив остальные условия. Не меняйте несколько оснований одновременно и не называйте результат такой замены ростом эффективности.

Для повторного разбора сохраните отчёт в «Моих отчётах» с понятным названием. При следующем открытии подтвердите состав кампаний и фильтры: знакомое название не доказывает неизменность условий.

Карточка решения по учебному направлению Б

Недорогие новые обращения требуют проверки качества до расширения расходов.

Поле	Заполненный пример
Факт	9 000 ₽; 10 новых задач; 3 подходящих
Цена обращения	9 000 / 10 = 900 ₽
Цена подходящей	9 000 / 3 = 3 000 ₽
Вопрос	Почему 7 задач не соответствуют критерию?
Проверка	Разобрать обещание объявления и результаты разговора
Владелец	Назначенный агент вместе со специалистом рекламы
Продолжение	Устранить подтверждённую причину и пересмотреть данные

Нельзя из семи неподходящих задач сразу заключить, что виноваты ключевые слова. Причина может быть в услуге, территории, обещании страницы или записи сотрудника. Для вывода нужен разбор конкретных оснований.

Промпт проверяющему: Проверь обезличенную таблицу. Найди смешение периодов, целей, налоговой базы и единиц учёта. Пересчитай дроби, обозначь нулевые знаменатели и неизвестные статусы. Не выдумывай качество обращений и не прогнозируй сделки.

Общая учебная база: 21 000 ₽, 18 новых обращений, 9 подходящих задач. Общая цена подходящей задачи — 21 000 / 9 ≈ 2 333,33 ₽. Это взвешенный итог по общей базе, а не простое среднее двух цен 2 000 и 3 000 ₽.

Даже корректная арифметика не доказывает окупаемость. Для неё нужны результаты дальнейшей работы, фактический доход и согласованный состав затрат.