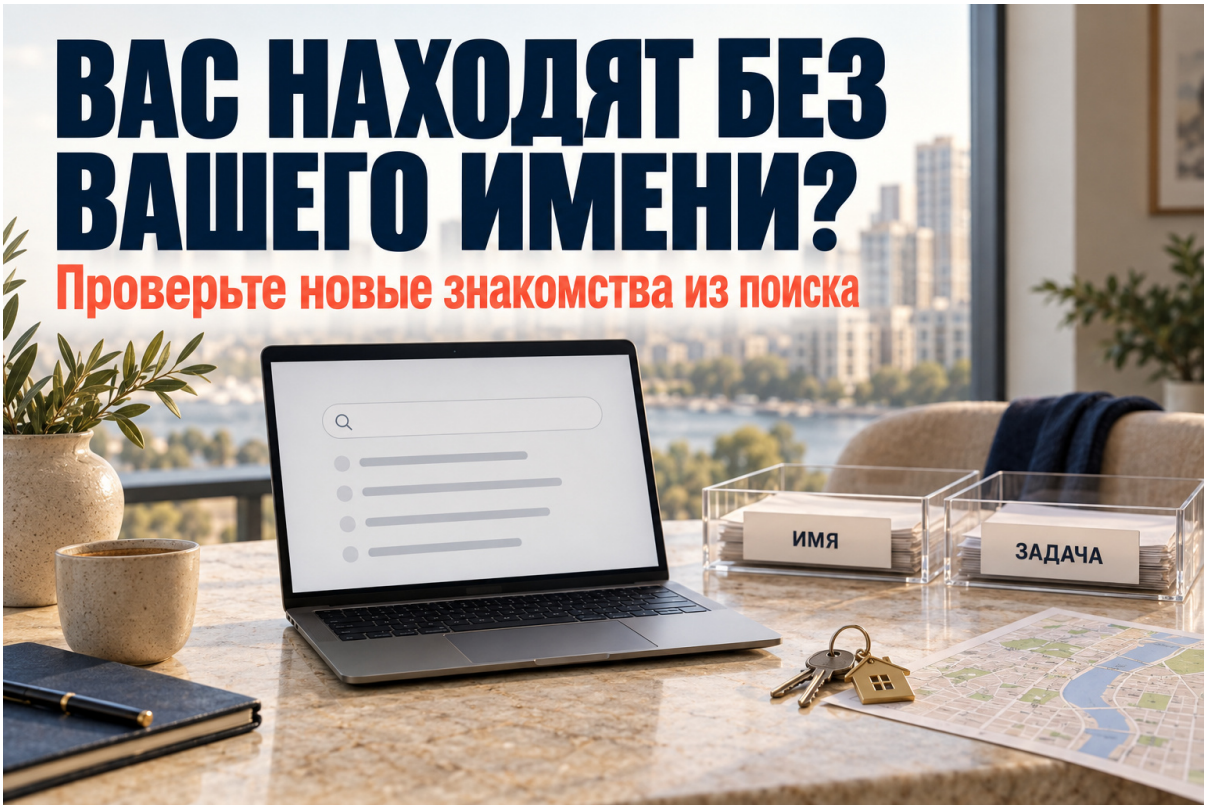
Новые знакомства из поиска: разбор брендовых и общих запросов

Отделите поиск вашего имени от поиска клиентских задач и выберите страницу, где полезно улучшить ответ или продолжение.



11 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Брендовый словарь, расчёт 72% и 80% с разными знаменателями, карта входных страниц, шесть шагов и 18 проверок.

Авторский рабочий инструмент Нейросистемы риелтора. Числа учебные. Небрендовый запрос не доказывает первое знакомство человека с вами.

Три группы вместо догадки

Когда посещаемость выросла, но непонятно, находят ли сайт по задачам клиентов или ищут уже известное имя.

Запрос	Рабочая группа	Что проверить
Имя вашего специалиста	Брендовый	Варианты написания
Подготовить квартиру к продаже	Небрендовый	Задачу и аудиторию
Обычное слово из названия	Неоднозначный	Контекст фразы

Данные до расчёта долей

- Группа страниц и вопрос, на который должен ответить отчёт.
- Общий итог и доступная выгрузка запросов за один период.
- Поисковая система, тип поиска и применённые фильтры.
- Словарь названия, имени, домена и подтверждённых вариантов.
- Существующие страницы и предлагаемые в них инструменты.
- Подтверждённые данные о продолжении, отделённые от догадок.

Вопрос, словарь и неизвестное

1. Выберите вопрос и границы отчёта

Отделите узнаваемость бренда, поиск общих задач и появление подходящих обращений. Для начала возьмите одну группу страниц, одну поисковую систему и период. Не смешивайте клики, визиты и уникальные заявки.

Готово: Понятно, какое решение должен поддержать разбор.

Не делайте так: Называть каждый переход из поиска новым человеком.

2. Составьте брендовый словарь

Запишите название, имя, домен и подтверждённые варианты написания. Обычные слова в названии проверяйте по контексту. Чужие имена при необходимости выделяйте отдельной группой внутри небрендовых запросов.

Готово: Для спорных фраз сохранено обоснование классификации.

Не делайте так: Считать любое совпадение части слова запросом вашего бренда.

3. Покажите неопределённую часть

Распределите доступные строки на брендовые, общие и неоднозначные. Сохраните общий итог и объём выгрузки. Не приписывайте скрытым фразам предполагаемый тип и не объясняйте всю разницу только анонимизацией без проверки.

Готово: Из отчёта видно, какие данные не удалось классифицировать.

Не делайте так: Относить отсутствие текста запроса к общему поиску.

Какие фразы требуют ручной проверки

Знаменатель, страница и решение

4. Подпишите знаменатель расчёта

Посчитайте долю общих запросов среди доступных строк. Если исключаете неоднозначные, покажите отдельный расчёт и объясните его основание. Сохраняйте исходные количества, период и фильтры.

Готово: Читатель может повторить расчёт и понять его границы.

Не делайте так: Выдавать долю двух определённых групп за долю всего поиска.

5. Сопоставьте задачи со страницами

Для нескольких входных страниц запишите вопрос, обещание, полезный результат и дальнейшее действие. Не связывайте конкретного подписчика с агрегированной поисковой фразой только по дате или теме.

Готово: Выбрано содержательное улучшение конкретного маршрута.

Не делайте так: Считать любой общий запрос подходящим для вашей услуги.

6. Сравните без смены правил

Используйте одинаковые интервалы, фильтры и версию словаря. Отметьте мероприятия, рекламу, сбои и новые материалы. Разделите наблюдение роста и гипотезу о его причине.

Готово: Есть один следующий шаг и ограничения вывода.

Не делайте так: Оптимизировать долю, игнорируя падение абсолютного объёма.

Что изменилось между периодами

Почему 72% и 80% — разные ответы

Учебный отчёт: общий итог 120 кликов; в доступных строках 100. Из них 72 общих, 18 брендовых, 10 неоднозначных. Разницу 20 не распределяем без данных.

Расчёт	Числитель	Знаменатель	Смысл
Среди доступных строк	72	100	72% доступной таблицы
Среди двух определённых групп	72	72 + 18 = 90	80% без неоднозначных
Вне распределения	20	Разница с общим итогом	Тип не установлен
Общий поисковый итог	120	Отдельное значение	Не подменять таблицей

72% и 80% могут быть одновременно верны, но отвечают на разные вопросы. Ни один расчёт не доказывает, что 80% всех посетителей впервые познакомились с риелтором. Всегда оставляйте исходные количества рядом.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
Все без названия — новые люди	В доступных фразах нет обозначения бренда; знакомство человека не установлено.
Неизвестные фразы — общий поиск	Для нераскрытых строк сохранена отдельная неопределённая часть.
Доля выросла — SEO стало лучше	Сравнены абсолютный объём, задачи, страницы и изменения условий.

От наблюдения к содержательному действию

Наблюдение	Что проверить	Полезное действие
Рост имени после выступления	Совпадение периода и другие причины	Разобрать узнаваемость отдельно
Общие фразы не по услуге	Кто ищет и зачем	Уточнить аудиторию материала
Ответ не совпадает с вопросом	Обещание и содержание	Дополнить или переписать ответ
Читают без продолжения	Конкретность инструмента	Проверить тематический следующий шаг
Итоги не сходятся	Фильтры и полноту выгрузки	Подписать неизвестную часть

Три вопроса против красивого процента

1. Какой знаменатель стоит за показанной долей?
2. Не объясняется ли её рост падением брендового поиска?
3. Какое улучшение конкретной страницы следует из наблюдения?

18 проверок небрендового поиска

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

Классификация

- [ ] **Вопрос задан.** Различены узнаваемость и поиск задач. Не смешивайте их в одном выводе.
- [ ] **Словарь сохранён.** Есть имя, бренд и варианты. Не угадывайте классификацию заново.
- [ ] **Обычные слова проверены.** Учитывается смысл фразы. Совпадение букв недостаточно.
- [ ] **Чужие имена отделены.** Ожидание читателя понятно. Не записывайте чужой бренд в свой.
- [ ] **Неоднозначное видно.** Есть отдельная группа. Не распределяйте насильно.
- [ ] **Новизна не придумана.** Тип запроса не назван новым человеком. Возвратный читатель тоже ищет общее.

Расчёт

- [ ] **Единицы разделены.** Клики, визиты и заявки подписаны. Не суммируйте разные события.
- [ ] **Период указан.** Есть начало и конец наблюдения. Не сравнивайте разные интервалы.
- [ ] **Фильтры сохранены.** Известны система и тип поиска. Не смешивайте несопоставимые срезы.
- [ ] **Общий итог виден.** Отдельно показана выгрузка. Таблица может быть неполной.
- [ ] **Знаменатель подписан.** Есть исходные количества. Процент без основания непонятен.
- [ ] **Неизвестное не выдумано.** Разница имеет оговорку. Не объявляйте её автоматически небрендовой.

Решение

- [ ] **Задача посетителя названа.** Понятно, зачем он открыл страницу. Трафик не равен нужной аудитории.
- [ ] **Ответ соответствует.** Страница выполняет обещание. Не заменяйте разбор общей рекламой.
- [ ] **Инструмент конкретен.** Предлагается тематический результат. Не раздавайте одинаковый файл.
- [ ] **Связь с CRM не угадана.** Используются подтверждённые данные. Похожая дата не доказывает источник.
- [ ] **Словарь не сменился незаметно.** Версия учтена при сравнении. Иначе доля меняет смысл.
- [ ] **Действие выбрано.** Есть одно улучшение страницы. Не гонитесь за процентом ради процента.

Словарь классификации

Примеры фамилий и названий замените своим брендом. Для обычного слова обязательно учитывайте контекст.

Бренд: _____ Версия: _____

Вариант фразы	Группа / основание	Спорное / версия словаря

Неоднозначные варианты: _____

Что осталось неизвестным: _____

Дата пересмотра словаря: _____

Карта входных страниц

Опишите самостоятельный результат страницы. Не приписывайте ей заявки без подтверждения маршрута.

Страница / входящий вопрос	Ответ / инструмент	Что улучшить / проверить

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Клики названы людьми. разделите единицы отчёта.

Неизвестные фразы распределены. верните неопределённость.

Словарь не сохранён. зафиксируйте правило.

Процент без объёма. добавьте исходные числа.

Общий запрос назван подходящим. проверьте аудиторию и задачу.

Согласуйте следующий шаг

Как объяснить вывод команде

В отчёте отдельно показаны поиск нашего имени, общие задачи и неопределённая часть. На следующем цикле проверяем одну входную страницу: соответствует ли ответ вопросу и понятен ли тематический инструмент после чтения.

Первое действие после чтения

Возьмите одну группу страниц и доступные фразы за один период. Проверьте словарь, подпишите знаменатели и выберите одну страницу для содержательного улучшения.

Ответственный за страницу: _____

Дата следующего сравнения: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Читатели приходят, но путь дальше неясен?

Диагностическая карта для риелтора поможет связать поисковую задачу, полезный ответ, инструмент и первый разговор.

Разобрать путь клиента →

Проверено 14.10.2026 по справкам Google Search Console и Яндекс Метрики. Доступность фраз зависит от сервиса и условий отчёта.

Google Search Console: брендовые запросы и ограничения

Яндекс Метрика: отчёт «Поисковые запросы»

Сравнение периодов без смены смысла

Рабочая форма для самостоятельного заполнения. Используйте одинаковые фильтры и версию словаря.

Показатель	Период А	Период Б
Общий итог сервиса	____	____
Клики доступных строк	____	____
Общие / брендовые / неоднозначные	____ / ____ / ____	____ / ____ / ____
Версия словаря и фильтры	____	____
Изменения условий	____	____

Разница между доступной таблицей и общим итогом остаётся видимой. Если способ выгрузки или классификация изменились, сначала приведите сравнение к общему правилу или прямо укажите несопоставимость.