Новый для счётчика: читаем аудиторию сайта

Календарь идентификаторов, сравнение доли и количества и проверка скачка без выдуманного роста клиентов.



Практический гайд с заполненным учебным примером и чистыми рабочими листами. Подготовлено редакцией Нейросистемы риелтора.

Учебные цифры не являются данными о текущем рынке. Обложка представляет концептуальную иллюстрацию.

1. Назовите показатель точно

Термин	Вопрос
Посетители	Сколько уникальных идентификаторов наблюдали в периоде
Новые посетители	У кого первый известный визит вошёл в период
Визиты	Сколько посещений учтено
Доля новых	Какова доля новых среди посетителей
Заявка	Какой запрос реально принят
Клиент	Как подтверждены отношения с агентством

Не подменяйте единицы
Новый для счётчика не означает нового для агентства или готового к сделке. Условный знак идентификатора на обложке не описывает биометрическое распознавание.

Наша колонка	Определение	Где проверено

2. Календарь пяти идентификаторов

Вымышленный период: 1 по 5 ноября. Все указанные визиты наблюдаются полностью. C1 и C2 известны с октября.

ID	Первый известный визит	Визиты в ноябрьском периоде
H1	1 ноября	1 и 3 ноября
H2	2 ноября	2 ноября
H3	3 ноября	3 и 5 ноября
C1	В октябре	1, 4 и 5 ноября
C2	В октябре	2 и 3 ноября

Итог	Расчёт
Посетители	5 разных ID
Новые	H1, H2, H3: 3
Доля новых	3 / 5 × 100% = 60%
Визиты	2 + 1 + 2 + 3 + 2 = 10

Повтор H1 не отменяет его первого появления внутри выбранного периода.

3. Разделите новые и возвращения

Ситуация	Как объяснить
Первый визит и возврат внутри периода	Первое появление остаётся в этом периоде
Клиент знаком офлайн, впервые зашёл на сайт	Новый для наблюдаемой истории
Человек открыл другой браузер	Связь может быть неполной
Нет надёжной связи с CRM	Не придумывать соответствие
Сегмент называется «новые»	Проверить определение именно этого сервиса

Наблюдение	Что подтверждено	Что не следует

4. Количество растёт, доля падает

Учебный показатель	Период 1	Период 2
Все посетители	200	300
Новые посетители	100	120
Доля новых	50%	40%

Три разных изменения
Количество новых выросло на 20, или на 20%. Доля снизилась на 10 процентных пунктов. Причина арифметическая: общий итог вырос сильнее.

Наш период	Все / новые	Доля и изменение

Не сравнивайте неполный месяц с полным без объяснения границ и различий календаря.

5. Карточка проверки скачка

Проверка	Что запросить
Начало	Дата появления изменения
Источники	Где возник рост
Браузеры и устройства	Есть ли локальный технический рисунок
Сайт	Переносы и изменения установки счётчика
История	Дата запуска измерения
Идентификация	Проверка сохранения связи в применимых условиях

Гипотеза	Доказательство	Следующая проверка

Не готовый диагноз
Проблемы сохранения истории возможны, но не объясняют любой рост автоматически.

6. Свяжите с действием на сайте

Этап	Что проверять
Читатель	Получил ли понятное объяснение услуги
Интерес	Виден ли подходящий следующий шаг
Кнопка	Событие действительно сработало
Форма	Запрос принят сервером
CRM	Самостоятельная заявка сохранена
Обработка	Есть подтверждённое действие агента

Группа посетителей	Результат	Основание связи

Нельзя делить все заявки на число новых посетителей и автоматически называть это их конверсией.

7. Заполните паспорт сравнения

Условие	Что сохранить
Счётчик	Один и тот же либо явное различие
Периоды	Даты, длина и часовой пояс
Фильтры	Тесты, роботы и иные условия
Метрики	Точные названия и единицы
Изменения	Дата исправления измерения
CRM	Как подтверждаются запросы
Ограничения	Неполная история и несвязанные записи

Показатель	Период 1	Период 2

8. Рабочий лист интерпретации

Факт	Возможное объяснение	Как проверить

Учебная формулировка
«Число новых идентификаторов выросло со 100 до 120. Доля снизилась с 50% до 40%, поскольку все посетители выросли с 200 до 300. Число новых клиентов этим не установлено».

Низкая или высокая доля сама по себе не оценивает качество сайта. Учитывайте назначение страниц, повторное чтение и получение запросов.

9. Выберите следующее действие

Наблюдение	Полезный шаг
Скачок после технического изменения	Проверить измерение
Новая аудитория читает, но не обращается	Проверить предложение и переход
Цель есть, запроса нет	Сверить триггер и приём формы
Доля падает, число растёт	Показать оба значения
Данных недостаточно	Зафиксировать ограничение

Наш вывод	Действие	Кто проверит

Перед передачей отчёта
Назовите отдельно посетителей, новых посетителей и подтверждённые запросы. Не обещайте точное число физических людей по одной метрике.

Источники и проверка

Яндекс Метрика: определения метрик новизны

Яндекс Метрика: посетители и клиенты

Яндекс ЯРД: ограничения Safari и iOS