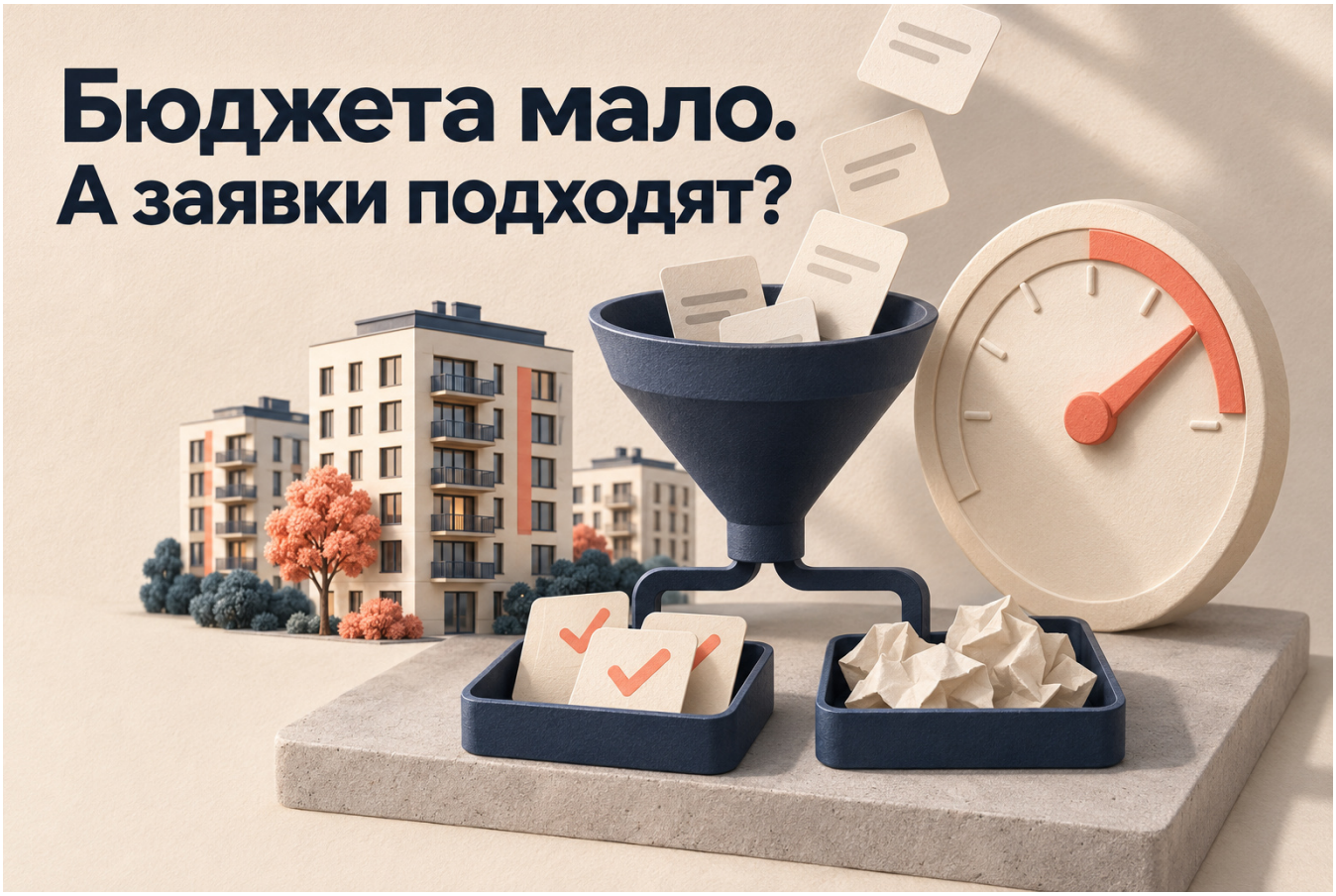
Бюджет Директа: доказательства перед увеличением

Проверка ограничителя, трёх разных цен результата и управляемого изменения расходов агентства.



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. Зафиксируйте конкретное ограничение

Учебная ситуация: подрядчик предлагает увеличить бюджет рекламы агентства. Руководитель сначала просит установить, что мешает результату. Фраза «ограничено бюджетом» не принимается за универсальный статус всех типов кампаний.

Исходник	Что записать
Кампания	Название и идентификатор
Сообщение	Точный текст и источник
Стратегия	Модель оплаты и цель
Бюджет	Тип, сумма и период
Ограничения цены	Какой результат ограничен
История	Что недавно менялось

Условие	Источник / дата	Вопрос

2. Разделите деньги и настройки

Элемент	Что проверить
Средства на счёте	Есть ли доступные средства
Бюджет кампании	Что разрешено расходовать
Иные лимиты	Не ограничивают ли общий расход
Цена результата	Не слишком ли жёсткое условие
Спрос	Достаточно ли подходящих запросов
Распределение	Правила своей стратегии

Пополнение не настройка
Добавить деньги на счёт и увеличить бюджет конкретной кампании не одно действие. Не обещайте эффект без установления ограничителя.

Возможная причина	Доказательство	Следующая проверка

3. Проверьте определение цели

Событие	Чем не является автоматически
Клик	Полученной заявкой
Начало формы	Завершением
Событие успеха	Новым уникальным запросом
Повторное событие	Ещё одним клиентом
Обращение	Подходящим под услугу запросом

Цель в рекламе	Реальный триггер	Как сверить

После исправления цели отметьте дату. Данные с разным определением события не сравнивают как одну непрерывную метрику.

4. Заполненный расчёт трёх цен

Все значения учебные. Использован один период и расход 24 000 ₽; это не норматив стоимости обращения.

Результат	Количество	Расход на единицу
Достижения события	24	1000 ₽
Самостоятельные обращения	12	2000 ₽
Подходящие запросы	6	4000 ₽

Проверка
24 000 / 24 = 1000; 24 000 / 12 = 2000; 24 000 / 6 = 4000. Разные знаменатели отвечают на разные вопросы. Они не позволяют обещать линейный рост клиентов при увеличении расходов.

Наш результат	Подтверждённое количество	Расход на единицу

5. Выясните качество обращений

Проверка	Как трактовать
Дубли	Одно обращение не считается несколькими
Тесты	Исключены по понятному правилу
Услуга и территория	Соответствуют задаче кампании
Не ответил	Сначала проверить попытки связи
Отложенный интерес	Не равен бессмысленному обращению
Дальнейший шаг	Виден в учёте сопровождения

Причина / статус	Подтверждение	Что исправлять

Нельзя из плохой обработки вывести плохое качество рекламы. И нельзя из дешёвого события вывести выгодную сделку.

6. Выберите ветку диагностики

Наблюдение	Что исследовать
Бюджет используется, запросы подходят	Возможность контролируемого расширения
Расход ниже настройки	Спрос, ставки и ограничения цены
События дешёвые, запросов мало	Определение цели и маршрут
Запросы теряются	Обработку и передачу следующего шага
Частые изменения	Историю и сопоставимость периода

Наш случай	Что подтверждено	Чего не знаем

Не механическая команда
Матрица не назначает увеличение автоматически. Решение зависит от доказательств, возможностей обработки и допустимого расхода.

7. Проверьте автоматическую адаптацию

Вопрос	Что зафиксировать
Доступность	Подходит ли тип стратегии
Условия	Текущие требования справки
Процент	Согласован владельцем бюджета
Накопление	Следующий рост считается от увеличенной суммы
Остановка	Не равна автоматическому возврату к исходному
История	Известна причина каждого изменения

Настройка	Применимое правило	Контроль

Алгоритм оценивает настроенные показатели. Качество обращений, не отражённое в учёте, не следует считать известным системе.

8. Согласуйте карточку изменения

Поле решения	Что вписать
Доказательство	Конкретный ограничитель
Предлагаемый шаг	Одно изменение
Расход	Допустимый предел и период
Обработка	Ответственный за дополнительный поток
Результат	Подходящие обращения и дальнейшие действия
Пересмотр	Основание и ответственный
Ограничения	Что может исказить сравнение

Решение	Основание	Кто подтвердил

Деньги бизнеса
Ожидаемая комиссия не равна поступившим средствам. Риск расходов согласуют отдельно от оптимистичного прогноза продаж.

9. Проверьте результат и сохраните вывод

Запрос подрядчику
«Покажите ограничитель, фактический расход, определение цели и качество обращений. Предложите один шаг, предельный расход и условия пересмотра. Отдельно укажите изменения, которые повлияют на сопоставимость».

После изменения	Контроль
Учёт	Не сломан
Расход	Сверяется с применимыми правилами
Результат	Одинаковое определение цели
Время	Учтено появление и обработка обращений
Явная ошибка	Не игнорируется ради ожидания обучения

Наблюдение	Вывод с ограничением	Следующий шаг

Чек-лист помогает согласовать проверку. Диагностическая карта связывает рекламу с сопровождением. Гайд не обещает прибыль и не является распоряжением изменить реальные расходы.

Источники и проверка

Яндекс Директ: настройка бюджета в стратегиях

Яндекс Директ: адаптация бюджета