Маркетинг: комиссии, затраты и окупаемость

18 действий из полного гайда. Неотмеченный пункт требует уточнения: сначала получите результат, затем поставьте галочку.

Данные

- [ ] **Группа.** Определена. Если нет: сформируйте.
- [ ] **Дата.** Есть срез. Если нет: укажите.
- [ ] **Источник.** Правило задано. Если нет: зафиксируйте.
- [ ] **Повторы.** Обработаны. Если нет: не удваивайте.
- [ ] **Тесты.** Отделены. Если нет: пометьте.
- [ ] **Комиссии.** Полученные. Если нет: сверьте.

Расчёт

- [ ] **Прямые расходы.** Включены. Если нет: добавьте.
- [ ] **Реклама.** Учтена. Если нет: проверьте.
- [ ] **Контент.** Внешняя работа учтена. Если нет: добавьте.
- [ ] **Инструменты.** Доля понятна. Если нет: распределите.
- [ ] **Труд владельца.** Отдельный сценарий. Если нет: не смешивайте.
- [ ] **Налоги/общее.** Граница раскрыта. Если нет: не называйте чистой прибылью.

Решение

- [ ] **Прогноз.** Отделён. Если нет: пометьте.
- [ ] **Возраст группы.** Сопоставим. Если нет: уточните.
- [ ] **Возвраты.** Учтены. Если нет: скорректируйте.
- [ ] **Порог.** Посчитан. Если нет: проверьте среднее.
- [ ] **Повторяемость.** Оценена. Если нет: не спешите масштабировать.
- [ ] **Действие.** Одно и проверяемое. Если нет: назначьте срок.

Запишите факты и следующий шаг

Одна группа, одна дата, одно правило распределения. Само наличие метки не доказывает причинный эффект канала.

Объект / задача: _____ Дата: _____

Проверка	Факт / документ	Следующее действие

Выручку делят только на кабинет и называют прибылью. раскройте состав.

Незрелую группу считают окончательно убыточной. учтите цикл.

Ожидаемые деньги добавляют к факту. разделите.

Одну сделку приписывают нескольким каналам целиком. задайте правило.

Один крупный платёж превращают в гарантию. проверьте повторяемость.

Следующее действие: _____

Ответственный: _____ Срок: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Заявки есть, а где теряется результат — непонятно?

Диагностическая карта для риелтора поможет разобрать путь от источника до разговора, договорённости и сделки.

Найти слабый этап воронки →

Группа обращений → полученные комиссии → прямые расходы → маркетинг → результат и ограничения. Подготовлено 2026-09-24.