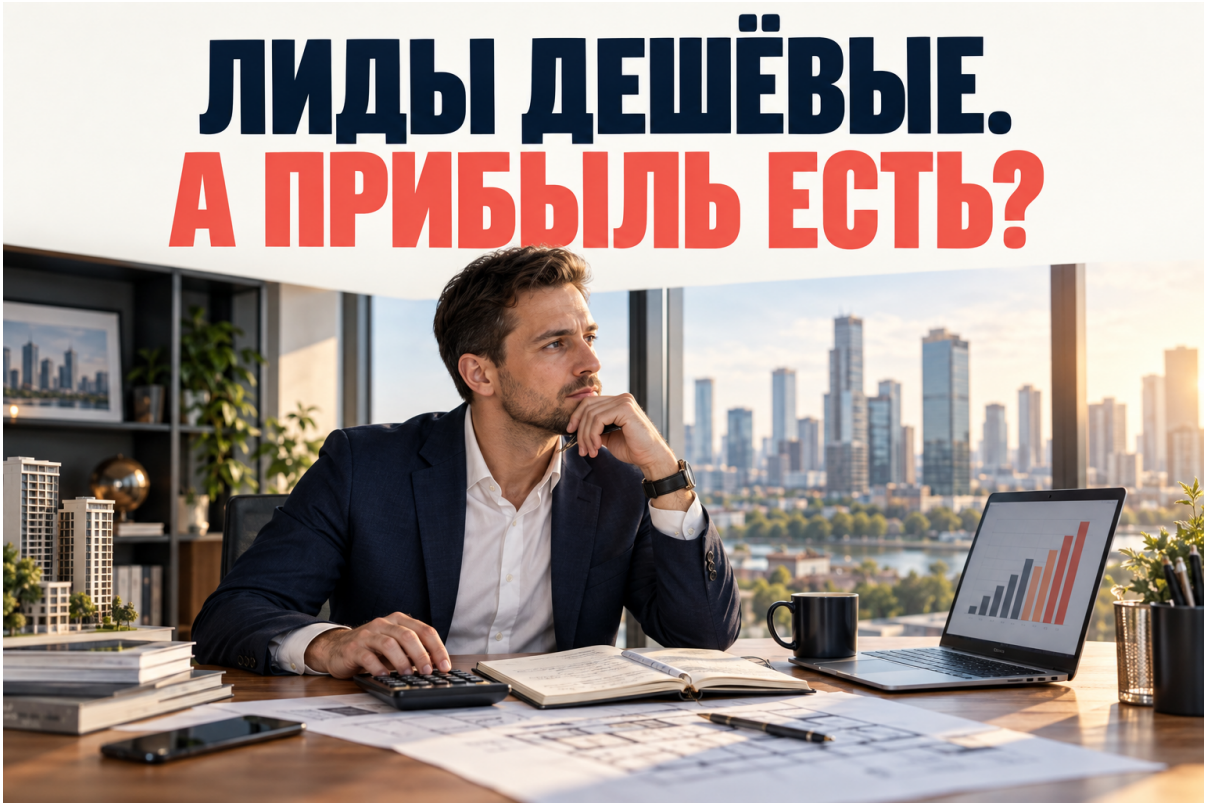
Реклама окупилась? Модель доходов и полной стоимости привлечения

Посчитайте результат зрелой группы обращений и отделите фактические деньги от красивого прогноза.



10 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Расчёт пяти сделок, порог покрытия, два сценария, 18 проверок и журнал решений.

Учебная управленческая модель. Все суммы условные. Не прогноз дохода, не бухгалтерский расчёт и не чистая прибыль всего бизнеса.

Что именно называем окупаемостью

Есть отчёт о дешёвых заявках, но нужно понять, что остаётся после связанных затрат.

Показатель	Что считаем	Не подменять
Группа	Связанные обращения одного набора	Случайным календарём
Доход	Полученные комиссии	Обещанной сделкой
До маркетинга	Доход минус прямые расходы	Выручкой без затрат
ROMI	Результат после маркетинга / бюджет	Прибылью всего бизнеса

Что подготовить

- Группа по дате обращения, источники, идентификаторы и статусы.
- Полученные комиссии, возвраты и корректировки по этой группе.
- Прямые расходы сделок и все относимые маркетинговые затраты.
- Дата среза, правило атрибуции и перечень невключённых расходов.

Границы, обращения и деньги

1. Определите границы

Выберите группу, дату и состав показателя. Зафиксируйте, что относится к маркетингу и прямым расходам.

Готово: Определения не меняются ради результата.

Не делайте так: Назвать выручку чистой прибылью.

2. Свяжите обращения

Сведите идентификаторы, источники и сделки; уберите тесты и повторы по правилам. Неизвестное оставьте неизвестным.

Готово: Результат отнесён по явному правилу.

Не делайте так: Назвать атрибуцию доказанным дополнительным эффектом рекламы.

3. Подтвердите доход

Возьмите фактически полученные комиссии, отдельно покажите ожидания и корректировки.

Готово: Факт не смешан с прогнозом.

Не делайте так: Прибавить почти готового клиента к деньгам.

Что нужно уточнить до следующего шага:

Затраты, порог и действие

4. Вычтите затраты

Отделите прямое выполнение от рекламы, внешнего контента и инструментов. Общие расходы и налоги обозначьте по включению.

Готово: Нет пропусков и двойного счёта.

Не делайте так: Считать одну работу подрядчика дважды.

5. Посчитайте порог

Определите результат, ROMI и покрытие при выбранном среднем. Постройте сценарий меньшего числа сделок.

Готово: Понятна чувствительность, а не только хороший процент.

Не делайте так: Принять условное среднее за гарантию.

6. Выберите действие

Проверьте зрелость и повторяемость группы, затем найдите слабый этап и измените один управляемый фактор.

Готово: Есть причина, действие и срок наблюдения.

Не делайте так: Масштабировать по одной крупной комиссии.

Ответственный и срок следующего действия:

Пять сделок: куда ушли комиссии

Пять вымышленных оплаченных сделок. Общие расходы бизнеса и налоги в этот пример не включены.

Строка	Учебный расчёт	Результат
Комиссии	Получено	900000 ₽
Прямые расходы	450000+90000	540000 ₽
До маркетинга	900000−540000	360000 ₽
Маркетинг	60000+20000+10000	90000 ₽
После маркетинга	360000−90000	270000 ₽
ROMI	270000/90000×100%	300%

Среднее до маркетинга 72000 ₽ за сделку. Бюджет 90000 покрывают две сопоставимые оплаченные сделки; 90000/72000=1,25. Не чистая прибыль бизнеса.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
900000/60000=15 — прибыль выросла в 15 раз	Это отношение дохода к рекламе без остальных затрат
Открытая сделка точно добавит комиссию	Покажем её отдельно в прогнозе с основанием

Выберите следующее действие

Сценарий	После маркетинга	ROMI
5 сделок по 72 тыс.	360-90=270 тыс. ₽	300%
3 сделки по 72 тыс.	216-90=126 тыс. ₽	140%
1 сделка по 72 тыс.	72-90=-18 тыс. ₽	-20%
Среднее изменилось	Пересчитать вклад	Не переносить прежний процент

Вопросы для рабочего разговора

1. Какой группе и дате соответствует расчёт?
2. Какие деньги действительно получены?
3. Все ли относимые расходы включены?
4. Что не включено и почему?
5. Какой этап объясняет слабый результат?

18 проверок результата

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

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.

Расчёт одной группы обращений

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

Объект / код: _____ Дата: _____

Группа / строка	Сумма	Источник	Что не включено
Комиссии			
Прямые расходы			
Реклама			
Контент/инструменты			
Результат			
Прогноз отдельно			

Полученный результат: _____

Что осталось неизвестным: _____

Дата следующего шага: _____

От итогового процента к исправлению этапа

ROMI описывает итог. Причину ищут по этапам, а изменение проверяют на сопоставимых группах.

Проверка	Факт	Действие / срок
Целевые обращения		
Контакт		
Договорённость		
Оплата		

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

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.

Согласуйте следующий шаг

Готовое сообщение клиенту

«По группе[период] на[дата] получено[доход], прямые расходы[сумма], маркетинг[сумма]. Результат[сумма/ROMI] при невключённых[статьи]. Открытые сделки отдельно. Следующее изменение[действие] проверим по[критерий]».

Первое действие после чтения

Возьмите одну зрелую группу и свяжите её обращения с полученными комиссиями и всеми относимыми затратами.

Контакт вашего риелтора: _____

Что подготовить к следующей встрече: _____

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 →

Определения сверены с материалом Яндекса 24.09.2026. Пример и сценарии оригинальные, арифметика проверена. Неподтверждённые обещания доходности отсутствуют.

Яндекс: ROMI, состав показателя и ограничения