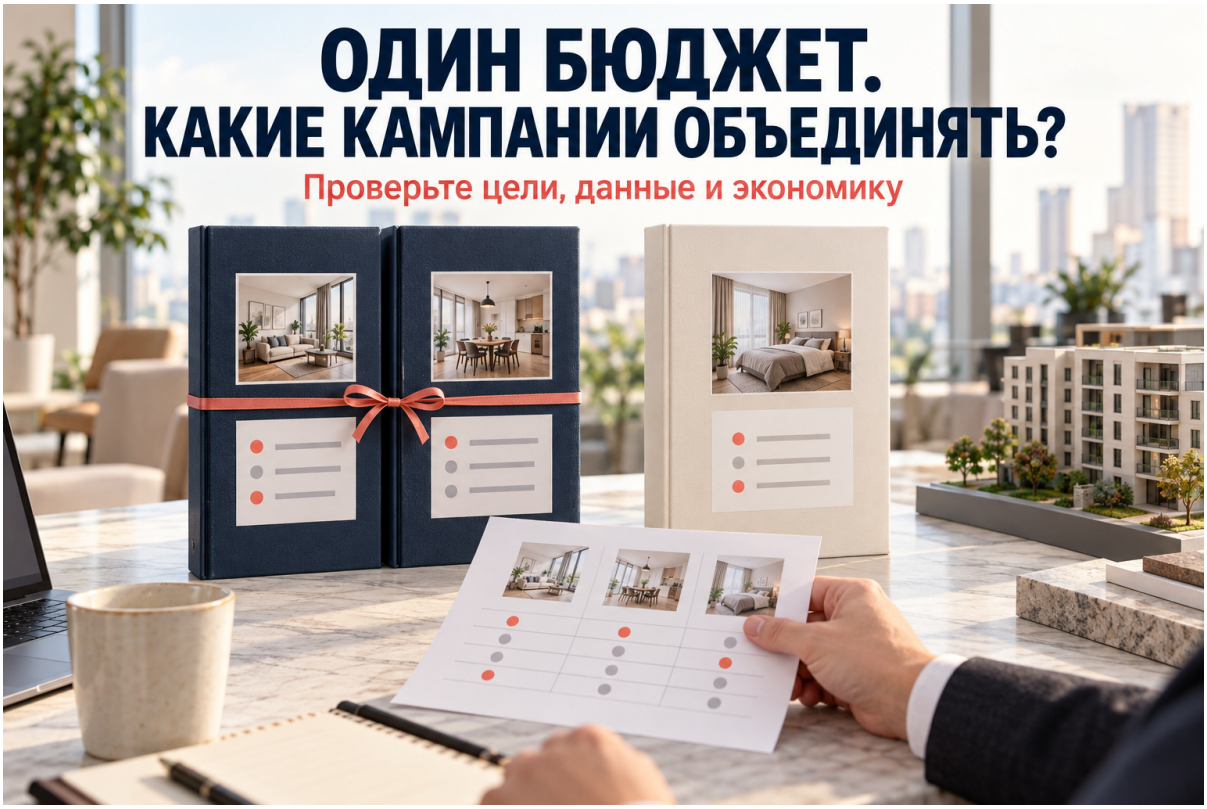
Объединять или оставить: паспорт совместимости кампаний

Проверьте цели, данные и экономику до объединения рекламных кампаний. Получите обоснованное решение по каждому кандидату и порядок оценки изменений.



12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Авторская рабочая модель для агентства. Все суммы, кампании и обращения учебные. Настройки аккаунта и рекламные расходы этим комплектом не изменяются.

Одна стратегия — четыре проверки совместимости

Нескольким кампаниям не хватает данных, а подрядчик предлагает объединить их в пакет без объяснения, какие результаты будут считаться общими.

Проверка	Что выяснить	Выход
Результат	Одинаково ли определено качество	Единый критерий
Экономика	Допустимо ли общее распределение	Границы бюджета
Данные	Что реально получает стратегия	Сопоставимые сигналы
Команда	Кто обработает обращения	Ответственный

Что собрать до обсуждения пакета

- Список кампаний с типами и услугами.
- Определение квалифицированного обращения и исключений.
- Фактически передаваемые цели и задержки.
- Расходы, новые обращения и подтверждённое качество за один период.
- Экономические ограничения и обязательства филиалов.
- Ответственный за настройку, обработку и решение.

Результат, данные и экономика

1. Назовите результат пакета

Запишите, какое подтверждённое действие клиента должна искать реклама. Уточните критерии, момент проверки и исключения. Одинаковое название цели не означает одинаковый результат.

Готово: У всех кандидатов одно объяснение целевого результата.

Не делайте так: Объединить консультации и скачивания, потому что обе записи названы лидами.

2. Сверьте измерение

Проверьте одинаковый смысл события, передачу, удаление дублей и тестов, задержку квалификации. Укажите, какие заявки ещё не разобраны. Согласуйте, какие именно сигналы получает стратегия.

Готово: Данные сопоставимы и известен срок их созревания.

Не делайте так: Нехватку подтверждённых обращений закрыть большим числом загрузок файла.

3. Проверьте экономику и обязательства

Сопоставьте услуги, доход, допустимую стоимость результата и способность команды обработать обращения. Выделите обязательства по расходам отдельных филиалов. Пакет распределяет общий бюджет по эффективности.

Готово: Руководитель согласен с возможным неравномерным распределением.

Не делайте так: Ожидать гарантированные равные доли бюджета.

Что нельзя смешивать в одном итоге

Решение, изменение и оценка

4. Примите решение по каждому кандидату

Используйте три рабочих статуса: кандидат на объединение, сначала исправить данные, оставить отдельно. Это авторская оценка, а не названия настроек Директа. Запишите причину и владельца решения.

Готово: Ни одна кампания не попала в пакет только ради количества событий.

Не делайте так: Считать рекомендации по объёму конверсий гарантией результата.

5. Сохраните исходное состояние

До изменения запишите кампании, цели, ограничения, расходы, настройки и период. Отделите статистику до объединения от периода после. Подготовьте порядок выхода и проверку индивидуального бюджета.

Готово: Есть исходный паспорт и понятное задание специалисту.

Не делайте так: Сравнить всю историю пакета с коротким новым периодом.

6. Оцените пакет и каждую кампанию

Проверяйте расходы, качество обращений, задержки и нагрузку на команду на сопоставимых данных. Снижение средней цены не должно скрывать потерю нужного направления.

Готово: Решение учитывает распределение бюджета и качество, а не один общий показатель.

Не делайте так: Объявить успех по дешёвым целям, смысл которых отличается.

Какие ограничения нужно сохранить

Почему 760 ₽ не цена качественного обращения

Вымышленная неделя. A и B продвигают одну услугу продавцам в двух районах с одинаковой квалификацией. C предлагает PDF; связь скачиваний с качеством обращений неизвестна.

Кампания	Расход	Подтверждённое событие
A: продавцы, район 1	18 000 ₽	6 квалифицированных обращений
B: продавцы, район 2	12 000 ₽	4 квалифицированных обращения
C: получение PDF	8 000 ₽	40 скачиваний, качество неизвестно

A+B: 30 000 / 10 = 3 000 ₽ за квалифицированное обращение в исходной неделе. Все три: 38 000 / 50 = 760 ₽ за смесь разных событий. Вторую сумму нельзя выдавать за стоимость качественного лида. Первая не прогнозирует результат объединения.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
В пакете станет больше лидов	Сначала определим, какие события сопоставимы.
Пакет разделит бюджет поровну	Общее распределение может быть неравным; согласуем это.
Десять конверсий гарантируют успех	Это рекомендация по объёму данных, а не обещание эффективности.

Кого можно рассматривать вместе

Условие	Рабочий статус	Действие
Общий результат, сопоставимые данные	Кандидат на объединение	Проверить экономику и ограничения
Цель одинаково названа, смысл разный	Сначала исправить данные	Уточнить контракт результата
Обязательны фиксированные доли	Оставить отдельно	Выбрать управление под обязательства
Качество скачиваний неизвестно	Отдельная оценка	Не смешивать с квалификацией
Нагрузка не обеспечена	Сначала процесс	Назначить ресурс обработки

Три вопроса до объединения

1. Какой один результат должен стать лучше?

2. Согласны ли мы с неравным распределением расходов?

3. По каким данным поймём, что объединение помогло?

18 проверок перед объединением

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

Сопоставимость результата

- [ ] **Типы совместимы.** Проверена актуальная поддержка. Не все форматы допускают объединение.
- [ ] **Результат определён.** Есть единое описание квалификации. Названия целей недостаточно.
- [ ] **Сигналы известны.** Ясно, что получает стратегия. CRM-статус не обязательно передан.
- [ ] **Дубли исключены.** Одинаковое правило учёта. Повторы раздувают объём.
- [ ] **Задержка учтена.** Известен срок проверки качества. Свежие открытые заявки не отказы.
- [ ] **Файлы отделены.** Скачивание не названо квалификацией. Разные события нельзя сложить как лиды.

Экономика и ограничения

- [ ] **Услуги сопоставлены.** Понятна разница продуктов. Общий аккаунт не общая экономика.
- [ ] **Стоимость обоснована.** Есть расчёт по своим данным. Чужой ориентир не норматив.
- [ ] **Доли согласованы.** Допустимо неравное распределение. Пакет не обещает поровну.
- [ ] **Обязательства отмечены.** Филиалам не обещано несовместимое. Фиксированные доли требуют другого решения.
- [ ] **Команда готова.** Есть ответственный и ресурс. Дешёвый поток может не обрабатываться.
- [ ] **Неизвестное видно.** Пропуски не заменены нулями. Ноль и нет данных различаются.

Изменение и оценка

- [ ] **Исходник сохранён.** Настройки и период записаны. Иначе нельзя объяснить изменение.
- [ ] **Кандидаты обоснованы.** У каждого есть причина. Одного объёма недостаточно.
- [ ] **Дата перехода отмечена.** История разделена. Пакет может хранить старую статистику.
- [ ] **Срок оценки согласован.** Учтена зрелость обращений. Нет универсального срока из примера.
- [ ] **Выход подготовлен.** Проверяется отдельный бюджет. Настройки после выхода нужно сверить.
- [ ] **Срезы сохранены.** Есть пакет и каждая кампания. Общая средняя скрывает распределение.

Паспорт совместимости ваших кампаний

Запишите значение неизвестно, если качество или передача не проверены. Не заменяйте пропуск нулём.

Период: _____ Ответственный: _____

Кампания / услуга / тип	Цель / качество / задержка	Экономика / ограничения / статус

Общий результат: _____

Что осталось неизвестным: _____

Ограничение бюджета: _____

Журнал решения и оценки

Разделите период до изменения и после. Сохраняйте срез каждой кампании рядом с общим итогом.

Период / набор кампаний	Расход / качество / распределение	Решение / причина / владелец

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Всё названо лидами. разведите разные события.

Обещаны равные доли. проверьте совместимость обязательств.

Нужное количество набрано файлами. не подменяйте качество.

История до изменения попала в эффект. разделите периоды.

Никто не отвечает за обработку. сначала назначьте владельца.

Согласуйте следующий шаг

Поручение специалисту по рекламе

Проверьте совместимость выбранных кампаний по типу, результату, передаче данных и экономике. Сохраните исходные настройки и отчёт. Укажите, какие ограничения изменятся, как будем оценивать пакет и отдельные кампании и что проверим при выходе. До согласования этого паспорта объединение не выполняйте.

Первое действие после чтения

Возьмите две кампании и заполните три строки: смысл результата, известная стоимость качества, ограничения распределения. Если хотя бы одна строка неизвестна, сначала закройте этот пробел.

Владелец решения: _____

Условие пересмотра: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Реклама объединена — а работа с обращением?

Диагностическая карта для риелтора помогает проверить путь от привлечения до ответа и следующей встречи. Найдите процесс, из-за которого хорошие обращения не превращаются в продолжение.

Проверить путь клиента →

Официальная справка Директа проверена 14.10.2026. Перед изменениями сверяйте поддержку типа кампаний и доступные настройки в своём интерфейсе.

Директ: пакетная стратегия

API Директа: стратегии и управление пакетом

Директ: Единая перфоманс-кампания

Заполненный паспорт: две кампании и один отказ

Учебное решение относится к совместимости, а не к прогнозу улучшения рекламы. Данных примера недостаточно, чтобы обещать снижение стоимости.

Кандидат	Установлено	Решение
A: район 1	6 качественных; единая услуга	Кандидат
B: район 2	4 качественных; тот же критерий	Кандидат
C: PDF	40 загрузок; качество неизвестно	Пока отдельно
Общий бюджет A+B	Нет обязательства равных долей	Допустим к обсуждению
Команда A+B	Один порядок ответа и проверки	Сопоставимость подтверждена

Расчёт исходной стоимости A: 18 000 / 6 = 3 000 ₽. Для B: 12 000 / 4 = 3 000 ₽. Общая исходная стоимость также 3 000 ₽; одинаковые цифры в примере выбраны для понятного сравнения, а не взяты из реального аккаунта.

Суммарные десять конверсий за неделю соотносятся с рекомендацией справки по объёму данных для оптимизации. Они не превращают подбор кампаний в гарантированно успешное решение. Важны смысл сигнала и экономика.

Если выяснится, что район 2 обязан получить строго половину бюджета по договорённости с филиалом, паспорт меняется: автоматическое распределение общего бюджета не выполняет такое обязательство само по себе.

Кампанию PDF можно оценивать по собственной задаче. Её нельзя присоединять к квалифицированным обращениям лишь ради красивой общей стоимости. Сначала нужна проверяемая связь результата с дальнейшим движением клиента.

Поручение на изменение и проверку

Заполните перед работой исполнителя. Здесь нет универсального срока теста или гарантированного бюджета: их выбирают по своим ограничениям и задержке результата.

Этап	Что сохранить	Что принять
До изменения	Цели, ограничения, расходы, качество	Исходный паспорт
Переход	Дата, набор кампаний, настройки	Фактический состав пакета
Наблюдение	Общее и отдельные срезы	Качество и распределение
Решение	Данные, ограничения, открытые вопросы	Продолжить или изменить
Выход	Отдельная стратегия и бюджет	Проверка новых настроек

Добавление существующей кампании означает изменение её стратегии; результаты могут измениться. По справке ранее накопленные данные для обучения сохраняются, но это не обещание неизменной эффективности.

Если пакет создаётся из обычной стратегии, история может включать статистику до объединения. Отмечайте дату перехода и состав сравниваемых кампаний. Иначе эффект нового решения будет смешан с прежней работой.

При исключении кампании проверьте её отдельные настройки и бюджет. Важен итог в интерфейсе, а не только факт снятия связи с пакетом. Порядок изменения зависит от используемого инструмента.

Проверка завершена, когда владелец бизнеса понимает, какие кампании получили расходы, какие обращения подтверждены и какие ещё ожидают оценки. Одного общего числа конверсий для этого недостаточно.