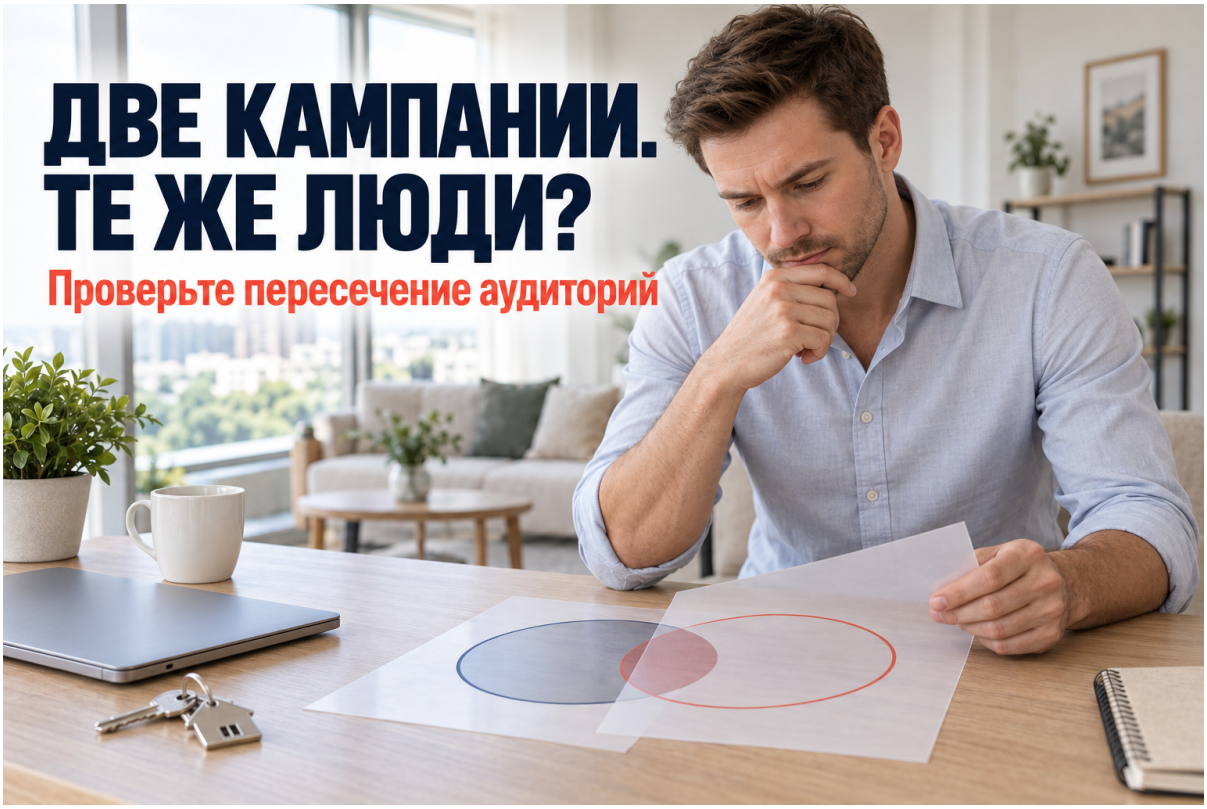
Аудит охвата: карта сегментов и исключений

Разберитесь с повторами без выдуманного общего охвата. Внутри карта сегментов, расчёт объединения, правила исключений и лист проверки изменения.



12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Авторский комплект Нейросистемы риелтора. А и Б вымышлены, все расчёты учебные. Формула относится к сопоставимым наборам с единой системой ID, не даёт точное число людей между разными платформами.

А и Б: сопоставимые наборы для расчёта

Вы складываете охваты кампаний или хотите убрать повторы, но не знаете, кто действительно общий и какие контакты полезно сохранить.

Учебное множество	Количество ID	Условие применения
А	1 000	Одна система учёта
Б	800	Тот же период и единица
Общие А и Б	300	Пересечение действительно известно
Объединение	1 500	Общая часть вычтена один раз

Какие сведения собрать до изменения

• Названия кампаний и конкретные услуги.

• Правила входа, исключения и сроки.

• Единица, период и методика каждого отчёта.

• Источник подтверждения общей части.

• Сообщение и полезный следующий шаг.

• Исходная версия и критерий изменения.

Единицы, карта и доказательства

1. Назовите измеряемое множество

Укажите, что сравниваете: потенциальные сегменты, фактический охват, посетителей или обращения. Запишите единицу и период.

Готово: Числа имеют сопоставимый смысл.

Не делайте так: Анонимные ID названы новыми клиентами.

2. Составьте карту кампаний

Для каждой запишите услугу, входное правило, период, географию, исключения, сообщение и следующий шаг.

Готово: Понятно, кого и зачем приглашает каждый вариант.

Не делайте так: Остались только названия «горячие» и «тёплые».

3. Разделите факт и предположение

Сопоставьте правила и доступные отчёты. Пометьте подтверждённое пересечение, логическую возможность и неизвестное.

Готово: Каждый вывод имеет источник и ограничение.

Не делайте так: Предполагаемое совпадение превращено в точный процент.

Что подтверждено, а что пока неизвестно

Расчёт, маршрут и контроль изменения

4. Посчитайте только сопоставимое

Для двух совместимых наборов с известной общей частью сложите их размеры и вычтите пересечение. Укажите знаменатель процентов.

Готово: Расчёт можно воспроизвести без догадок.

Не делайте так: Разные платформы сложены как единый список людей.

5. Обоснуйте изменение маршрута

Решите, нужен ли повторный контакт. Исключение опишите через услугу, событие и срок, проверьте побочные потери.

Готово: Полезное продолжение не исчезает вместе с дублями.

Не делайте так: Получатель файла исключён из всех услуг навсегда.

6. Сохраните и проверьте изменение

Запишите исходные правила, версию, дату и критерий проверки. Смотрите нужные обращения и дальнейшие действия, а не только охват.

Готово: Есть доказательство результата и возможность возврата.

Не делайте так: Сокращение показов объявлено ростом продаж.

Какой повтор полезен клиенту

Общая часть и разные знаменатели

Условные множества в общей системе ID: А = 1 000, Б = 800, пересечение = 300. Это учебная арифметика, не данные рекламного кабинета или статистика проекта.

Что считаем	Расчёт	Результат
В объединении	1 000 + 800 − 300	1 500 ID
Только А	1 000 − 300	700 ID
Только Б	800 − 300	500 ID
Общие относительно А	300 / 1 000 × 100%	30%
Общие относительно Б	300 / 800 × 100%	37,5%
Общие от объединения	300 / 1 500 × 100%	20%

Проверка разбиения: 700 + 500 + 300 = 1 500. Без известного пересечения точный итог не считается. В этом сопоставимом примере возможный размер объединения лежит от 1 000 до 1 800 ID.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
Сложить охваты и назвать всех новыми людьми	Проверить единицу, период, общую часть и значение нового контакта.
Любое пересечение означает потерю бюджета	Проверить задачу и пользу повторного сообщения.
Убрать всех получателей PDF из любой рекламы	Связать исключение с услугой, событием и сроком.

Решение по доступным доказательствам

Что наблюдаем	Что можно сказать	Следующее действие
Правила могут включать одних посетителей	Возможно пересечение	Проверить доступные данные
Совместимые наборы имеют общие ID	Подтверждена общая часть	Рассчитать объединение
Данные разных платформ несопоставимы	Точного итога нет	Сохранить раздельные показатели
Один материал рекламируется повторно	Возможен ненужный дубль	Оценить этап и сообщение
У клиента две разные задачи	Повтор может быть уместен	Сохранить полезные маршруты
После исключения пропали нужные запросы	Нужно проверить правило	Сопоставить версию и вернуть при необходимости

Три вопроса к пересечению

1. Что именно сравнивается и в какой единице?
2. Общая часть подтверждена или лишь возможна?
3. Какое полезное действие исчезнет, если мы добавим исключение?

18 проверок пересечения аудиторий

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

Единицы и исходные данные

- [ ] **Множество определено.** Известно, сегмент это или охват. Не смешивайте уровни.
- [ ] **Единица названа.** ID отличим от человека и заявки. Не добавляйте слово клиент.
- [ ] **Период одинаковый.** Границы сравнения совпадают. Не складывайте разные окна.
- [ ] **Методика сопоставима.** Есть общее основание учёта. Не объединяйте платформы на глаз.
- [ ] **Общая часть известна.** Есть источник пересечения. Не подставляйте удобный процент.
- [ ] **Неизвестное сохранено.** Пробелы не заменены нулями. Не рисуйте точность без данных.

Карта и смысл контакта

- [ ] **Услуга указана.** Продажа и покупка различимы. Не исключайте вторую потребность.
- [ ] **Правила записаны.** Понятны условия входа. Не полагайтесь на название.
- [ ] **Роль кампании понятна.** Первый контакт или продолжение. Не считайте любой повтор вредом.
- [ ] **Событие имеет смысл.** Выдача и консультация отдельны. Не приравнивайте клик к услуге.
- [ ] **Доказательство помечено.** Факт отделён от возможности. Не утверждайте полный охват по CRM.
- [ ] **Атрибуция отдельна.** Источник результата не равен пересечению. Не считайте одну сделку дважды.

Изменение и контроль

- [ ] **Исключение обосновано.** Есть услуга, событие и срок. Не выключайте всё навсегда.
- [ ] **Тип размещения проверен.** Понятно сочетание условий. Не копируйте логику другой кампании.
- [ ] **Исходное сохранено.** Можно восстановить настройки. Не меняйте без записи.
- [ ] **Версия отделена.** Известна дата изменения. Не смешивайте до и после.
- [ ] **Польза измерена.** Есть нужные обращения и шаги. Не судите только по охвату.
- [ ] **Возврат возможен.** Названы критерий и ответственный. Не сохраняйте вредное правило.

Карта кампаний и условий

Наличие в двух сегментах не доказывает два фактических показа. Данные обращений не являются полным списком увидевших рекламу. Отмечайте уровень каждого наблюдения.

Пара кампаний: _____

Кампания / услуга / задача	Вход / период / исключения	Единица / источник / неизвестное

Ожидаемый следующий шаг: _____

Что осталось неизвестным: _____

Период сравнения: _____

Исключение, проверка и возврат

Сохраняйте исходные правила. Не подменяйте нужные обращения уменьшением охвата. Заранее определите, при каком наблюдении потребуется пересмотр исключения.

Повтор / польза / основание	Изменение / срок / версия	Проверка / результат / возврат

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Несопоставимые числа сложены. Разные системы превратились в точный общий охват.

Процент без знаменателя. Непонятно, какую часть какой аудитории измерили.

Повтор объявлен убытком. Нет данных о его содержании и результате.

Избыточное исключение. Полезная вторая задача клиента исчезла.

Потеря версии. Нельзя восстановить условия до изменения.

Согласуйте следующий шаг

Запись одного обоснованного изменения

Кампании _____ и _____. Единица _____. Период _____. Источники _____. Общая часть: подтверждена / возможна / неизвестна. Роль повторного контакта _____. Предлагаемое правило _____. Срок _____. Исходная версия _____. Критерий проверки _____.

Первое действие после чтения

Сравните одну пару кампаний с похожим предложением. Составьте карту, отделите факты от возможностей, затем подготовьте одно обоснованное изменение с сохранённой исходной версией.

Ответственный за условия: _____

Когда пересмотреть правило: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Реклама повторяется, а путь клиента непонятен?

Диагностическая карта для риелтора поможет связать источники трафика, полезные материалы, обращения и дальнейшие шаги без смешения разных показателей.

Проверить путь обращения →

14.10.2026 проверены справки Яндекс Аудиторий о статистике сегмента и Директа о сочетании условий аудитории. Конкретная доступность отчёта и настройки проверяется в своём типе размещения.

Яндекс Аудитории: статистика и единицы охвата сегмента

Яндекс Директ: сегменты и сочетание условий аудитории

Что доказывает учебный расчёт пересечения

Размер объединения зависит от общей части. Точное вычисление возможно только при сопоставимых множествах и известном пересечении.

Ситуация	Объединение А и Б	Как записать вывод
Общих нет	1 000 + 800 = 1 800	Наборы не пересекаются
Общих 300	1 000 + 800 − 300 = 1 500	Подтверждённый учебный пример
Все 800 из Б входят в А	1 000	Б не добавляет ID вне А
Общая часть неизвестна	Точного числа нет	Для этих наборов от 1 000 до 1 800
Разные единицы и методики	Формула не объединяет людей	Показатели хранить отдельно

У общей части могут быть разные доли. Триста ID составляют 30% от тысячи и 37,5% от восьмисот. От объединения полутора тысяч доля равна 20%. Поэтому в подписи процента обязательно указывается база. Без неё сравнение двух отчётов может создать ложное противоречие.

Диапазон от тысячи до тысячи восьмисот относится к выбранным сопоставимым наборам. Нижняя граница получается, когда меньший полностью входит в больший. Верхняя получается при отсутствии общих ID. Этот диапазон нельзя переносить как точное число реальных людей на несопоставимые рекламные платформы.

Не переносите расчёт для двух множеств на три простым вычитанием всех пар. У трёх может быть общая часть сразу для всех, и она требует отдельного учёта. Для рабочего решения используйте совместимый итоговый отчёт или корректную дедупликацию в доступной системе. Если необходимых данных нет, сохраните неизвестность.

Охват сегмента и фактический рекламный контакт различаются. Человек может подходить под условия, но не увидеть объявление. История сайта и CRM описывает другие этапы. Нельзя из пересечения нескольких известных обращений восстановить полную картину рекламных показов всех пользователей.

Исключение должно поддерживать путь клиента

Учебная карта помогает отличить лишний повтор от полезного продолжения. Сокращение аудитории само по себе не является целью риелтора.

Сценарий	Что проверить	Осторожное решение
Человек уже получил файл	Действительно ли выдача завершена	Предложить подходящее продолжение
Запросил консультацию	Есть ли согласованный шаг	Не повторять конфликтующее приглашение
Продаёт и покупает	Разные ли услуги ему нужны	Не исключать вторую задачу автоматически
Две кампании обещают одно	Условия, период и данные контактов	Проверить необходимость дубля
После правки меньше запросов	Версию и смысл исключения	Пересмотреть при подтверждённой потере

Опишите правило словами до открытия настроек. Например, исключить подтверждённых получателей конкретного материала из повторного предложения этого же материала на выбранный период. Это отличается от исключения всех посетителей сайта из всех услуг. Конкретное техническое условие должно соответствовать выбранному смыслу.

Проверьте логику условий именно своего размещения, доступность сегмента и срок его обновления. Сохраните исходную версию. Если одновременно изменены объявления, аудитории и страница, наблюдение относится ко всему набору изменений. Не приписывайте его одному исключению без дополнительного основания.

Пересечение и атрибуция отвечают на разные вопросы. Две системы могут по своим правилам связывать одно обращение с разными контактами. Для итогового числа обращений нужен согласованный учёт; для охвата отдельная методика. Складывание конверсий разных систем не создаёт дополнительные реальные сделки.

Нейросети передавайте обезличенные правила и определения показателей. Просите найти возможные пересечения, конфликт сообщений и недостающие данные. Запретите придумывать процент потери бюджета или точный охват. Полезный ответ должен содержать основание, ограничение вывода и конкретную следующую проверку.