Похожие аудитории: проверка базы и план сравнения результатов

Сформулируйте одну задачу клиента, отделите подтверждённые обращения от неизвестных и сравните результаты двух настроек по одинаковому критерию качества.



10 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Очистка 1200 учебных строк, паспорта двух баз, шесть шагов, восемнадцать проверок, расчёт стоимости обращений и два рабочих листа.

Авторский учебный процесс. Все записи и результаты вымышлены; контакты не загружались, реклама не запускалась. Количество строк не гарантирует охват и будущие заявки.

ЛИЧНЫЙ СЦЕНАРИЙ

Какого следующего клиента ищем?

Есть много контактов в CRM, но среди них смешаны покупка, продажа, аренда и неразобранные запросы; нужно понять, что передавать как образец новой аудитории.

Поле	Учебная гипотеза	Ваш вариант
Услуга	Покупка вторичной квартиры	
Территория	Один город работы	
Подтверждение	Задача обсуждена и записана	
База А	Все 1000 допустимых записей	
База Б	430 подтверждённых покупателей	
Основной показатель	Цена целевого обращения	

Что подготовить до создания сегмента

- Описание одной услуги и доступной территории работы.
- Правило подтверждения задачи и дата последнего уточнения.
- Допустимость использования данных для конкретного сервиса.
- Правило дублей, тестовых и ошибочных записей.
- Одинаковый критерий целевого обращения и план ограниченного теста.

Задача, допустимость и смысл записей

1. Назовите целевую задачу

Определите услугу, географию и наблюдаемое подтверждение запроса. Не заменяйте задачу догадкой о доходе или статусе человека.

Готово: Понятно, кого считаем подтверждённым покупателем.

Не делайте так: Назвать скачавшего файл готовым клиентом.

2. Проверьте качество и допустимость

Ответственный за данные проверяет право использования. Уберите подтверждённые дубли, тесты и ошибки; сохраните причины без распространения контактов.

Готово: Итоговая база имеет объяснимый состав.

Не делайте так: Купить неизвестный список ради объёма.

3. Разделите обращения по смыслу

Отдельно отметьте покупку, продажу, аренду и неизвестное. Один контакт может иметь разные задачи; не объединяйте их без проверки.

Готово: Подтверждение не выдумано ради размера сегмента.

Не делайте так: Записать недозвон в целевые или нецелевые автоматически.

Чем подтверждена задача покупателя?

Паспорт, сравнение и результат

4. Оформите паспорт и сегмент

Запишите период, включения, исключения, версию и ответственного. Для выбранного механизма проверьте готовность собственного исходного сегмента по справке.

Готово: Можно восстановить, какие данные использованы.

Не делайте так: Приравнять строки файла к распознанному охвату.

5. Поставьте сравнимый тест

Сохраните предложение, страницу, географию и обработку; меняйте исходную базу. Учитывайте пересечения и фиксируйте изменения.

Готово: Это описанное сравнение условий, а не случайные два отчёта.

Не делайте так: Назвать строгим A/B-тестом группы без разведения аудитории.

6. Разберите качество результата

Сначала удалите повторные события и завершите квалификацию. Посчитайте цену уникального и целевого обращения; не приписывайте выручку без сделок.

Готово: Вывод соответствует данным и размеру теста.

Не делайте так: Увеличить бюджет только по дешёвым сырым формам.

Что в тесте может исказить сравнение?

УЧЕБНЫЙ ПРИМЕР

Из 1200 строк — два разных основания

Учебный набор: 1200 строк - 100 подтверждённых повторных - 80 тестовых - 20 ошибочных = 1000 допустимых уникальных записей. Категории удаления не пересекаются; реальные контакты не используются.

Задача	Число	В базе А	В базе Б
Покупка вторички в городе	430	Да	Да: задача подтверждена
Аренда	170	Да	Нет: другая услуга
Только продажа	180	Да	Нет: другой запрос
Не установлена	220	Да	Нет: сначала разбор
Итого	1000	1000	430

База Б входит в А. Это два основания для рекламных настроек, а не независимые группы людей. Более однородная задача — гипотеза для проверки, не гарантия эффективности.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
Большой файл — сильная аудитория	Есть общий смысл и подтверждённые действия
Телефон совпал — один человек	Связь записей проверена
Охват равен числу строк	Сопоставление и идентификаторы считаем отдельно

Паспорт делает состав проверяемым

Паспорт	База А	База Б
Назначение	Проверить широкую базу обращений	Проверить одну подтверждённую задачу
Включение	Все допустимые после очистки	430 покупателей вторички в городе
Исключение	Тесты, ошибки, подтверждённые повторы	Те же; аренда, продажа, неизвестное
Версия	Дата выгрузки / период / версия 1	Те же даты; отдельное правило состава

В примере все уникальные запросы разобраны. Целевые: 5/25 = 20% и 6/15 = 40%. Это малое наблюдение, не доказанный причинный эффект; сделок и выручки здесь нет.

Учебный результат	А	Б
Расход	12 000 ₽	12 000 ₽
События / повторы	30 / 5	16 / 1
Уникальные / целевые	25 / 5	15 / 6
Цена уникального	480 ₽	800 ₽
Цена целевого	2400 ₽	2000 ₽

Шесть вопросов к исходным данным

1. Какую задачу ищем?
2. Чем она подтверждена?
3. Можно ли использовать эти данные?
4. Какие повторы реально проверены?
5. Что остаётся одинаковым в тесте?
6. Каким действием оценим качество?

ОТМЕТЬТЕ ВЫПОЛНЕННОЕ

18 проверок базы и теста

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

Смысл и качество базы

- [ ] **Назвать одну услугу.** Предложение определено. Если нет: разделить задачи.
- [ ] **Назвать территорию.** Услугу можно выполнить. Если нет: ограничить географию.
- [ ] **Определить подтверждение.** Есть запись разговора / статуса. Если нет: уточнить критерий.
- [ ] **Проверить допустимость.** Ответственный подтвердил. Если нет: не передавать до проверки.
- [ ] **Убрать тесты и ошибки.** Причины зафиксированы. Если нет: проверить сомнительные.
- [ ] **Разобрать повторы.** Связь записей установлена. Если нет: не объединять только по телефону.

Паспорт и гипотеза

- [ ] **Разделить неизвестное.** Статус не придуман. Если нет: назначить разбор.
- [ ] **Записать период.** Границы одинаково понятны. Если нет: уточнить даты.
- [ ] **Записать включения.** Состав воспроизводим. Если нет: сделать правило точным.
- [ ] **Записать исключения.** Удаления объяснимы. Если нет: сохранить причины.
- [ ] **Сохранить версию.** Обновления различимы. Если нет: не менять молча.
- [ ] **Проверить готовность.** Статус и охват известны. Если нет: выяснить причину нехватки.

Сравнение результата

- [ ] **Сохранить оффер.** Страница и креатив сопоставимы. Если нет: убрать лишние изменения.
- [ ] **Учесть пересечения.** Тип теста назван честно. Если нет: не обещать строгий эксперимент.
- [ ] **Уравнять обработку.** Правила ответа одинаковые. Если нет: разобрать задержки.
- [ ] **Посчитать уникальные.** Повторы исключены. Если нет: проверить записи.
- [ ] **Посчитать целевые.** Один критерий обеим группам. Если нет: оставить неизвестное отдельно.
- [ ] **Ограничить вывод.** Малые числа не гарантия. Если нет: назначить следующий тест.

РАБОЧИЙ ЛИСТ 1

Ваш паспорт исходной базы

Не записывайте реальные телефоны в общий рабочий лист. Здесь достаточно правила и агрегированных чисел. Строки исходного файла и охват после сопоставления — разные показатели.

Услуга: _____ Версия: _____

База / версия	Включить / исключить	Период / подтверждение	Размер / ответственный

Подтверждено: _____ Уточнить: _____

Что осталось неизвестным: _____

Дата выгрузки: _____ Ответственный: _____

РАБОЧИЙ ЛИСТ 2

Ваш лист сравнения результатов

Цена уникального = расход / уникальные. Цена целевого = расход / целевые. При нуле целевых не записывайте нулевую цену. Неизвестный результат обработки указывайте отдельно.

Группа / расход	События / повторы	Уникальные / целевые	Цена / вывод

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

В базе смешаны несовместимые услуги. Разделите подтверждённые задачи.

Неизвестное записали как покупку. Верните реальный статус и уточните.

Размер добрали случайными контактами. Отмените такое пополнение.

Во время теста заменили базу без отметки. Зафиксируйте новую версию и период.

По формам выводят выручку. Сверьте реальные сделки и не придумывайте результат.

Согласуйте следующий шаг

Промпт для сверки учебной модели

Разбери только учебные агрегаты, без личных контактов. Исходно 1200 строк, удалены непересекающиеся 100 повторных, 80 тестовых и 20 ошибочных. Осталось: 430 подтверждённых покупателей вторички, 170 аренда, 180 только продажа, 220 неизвестно. Опиши паспорта базы А (все допустимые) и Б (подтверждённая покупка). Не называй Б независимой от А. Затем сравни тест: А — расход 12000, 30 событий, 5 повторов, 5 целевых; Б — расход 12000, 16 событий, 1 повтор, 6 целевых. Все уникальные разобраны. Покажи цену события, уникального и целевого обращения. Отдели наблюдение от причинного вывода; не придумывай выручку и гарантии.

Первое действие после чтения

Возьмите десять записей своей CRM и без выгрузки контактов проверьте, можно ли однозначно назвать задачу и её подтверждение. Если нет — сначала исправьте статусы, затем готовьте базу для теста.

Ответственный за данные: _____

Лимит теста: _____ Дата разбора: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Риелтору: в CRM много контактов, но задачи не разобраны?

Диагностическая карта поможет проверить квалификацию обращения, запись статуса и следующий шаг. Понятная база начинается с понятного процесса общения.

Проверить работу с обращениями →

Подготовлено 16.09.2026. Механизм похожего сегмента и значение охвата сверены по справке Яндекса. Размеры, очистка и результаты вымышлены; загрузка и реклама не выполнялись.

Яндекс: похожий сегмент

Яндекс: статистика сегмента