Исходная аудитория под проверкой: паспорт данных и теста

Разберите базу до использования в рекламе: событие, происхождение, дубли и соответствие услуге. Подготовьте понятный паспорт гипотезы и ограниченного теста.



12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Самостоятельный инструмент Нейросистемы риелтора. Учебные числа вымышлены. Никакие реальные контакты не загружаются; пригодность и допустимость использования своей базы проверяются отдельно.

Какое событие описывает ваша база

Хочется использовать всю CRM для похожей аудитории, но непонятно, какие записи описывают нужный спрос и что измерять после запуска.

Исходный сигнал	Что подтверждает	Чего не доказывает
Запрос материала	Интерес к конкретному инструменту	Готовность к договору
Целевой диалог	Заявленную задачу по услуге	Обязательную будущую сделку
Состоявшаяся консультация	Пройденный шаг общения	Текущий спрос спустя время
Завершённая сделка	Прошлый результат	Пригодность для любой новой услуги

Что собрать до технической загрузки

- Описание рекламируемой услуги и территории работы.
- Определение события включения в исходную группу.
- Источник, период и основания использования данных.
- Правила уникальности и последовательных исключений.
- Актуальные требования кабинета и результат сопоставления.
- Предложение, журнал обращений и критерий теста.

Событие, происхождение и очистка

1. Назовите целевое событие

Выберите подтверждённый запрос, состоявшуюся консультацию или другое определённое действие. Объясните связь с рекламируемой услугой.

Готово: Исходная группа имеет один понятный смысл.

Не делайте так: Весь список CRM назван одинаково заинтересованным.

2. Проверьте происхождение

Уточните источник и допустимое использование данных. Не добавляйте купленные или чужие контакты ради объёма; отделите неподтверждённое.

Готово: Каждая используемая запись имеет проверяемое основание.

Не делайте так: Наличие телефона считается достаточным объяснением передачи.

3. Очистите последовательно

Уберите повторы, тестовые записи и обращения по другой задаче. Укажите порядок исключений, чтобы не вычитать одну строку несколько раз.

Готово: Получен воспроизводимый реестр отбора.

Не делайте так: Пересекающиеся причины исключения суммируются как независимые.

Какие записи требуют отдельного решения

Актуальность, пригодность и тест

4. Оцените актуальность

Сопоставьте период, событие и нынешнюю услугу агентства. Не выдавайте давнюю сделку за текущий спрос или скачивание за готовность к договору.

Готово: Сигнал соответствует гипотезе и его ограничения известны.

Не делайте так: Самая поздняя запись автоматически считается лучшей.

5. Проверьте техническую пригодность

Сверьте актуальный тип источника, формат, требования кабинета и результат сопоставления. Не путайте строки с доступной аудиторией.

Готово: Решение о запуске основано на фактических требованиях.

Не делайте так: Недостаток объёма заполняют случайными контактами.

6. Сравните результат теста

Зафиксируйте предложение, территорию услуги, обработку и окно наблюдения. Считайте расходы, уникальные обращения и целевые диалоги отдельно.

Готово: Понятно, какое изменение проверялось и где потери.

Не делайте так: Дешёвая форма объявляется доказательством подходящих клиентов.

Чего исходный сигнал не доказывает

Очистка без двойного вычитания

Вымышленная последовательная очистка. Категории исключений здесь не пересекаются; каждая запись вычитается один раз. Итог не означает техническую готовность к показам.

Шаг	Исключено	Осталось строк
Исходная выгрузка	—	3 200
Повторные записи	400	2 800
Тестовые и служебные	150	2 650
Другая задача	650	2 000
Происхождение не подтверждено	200	1 800

3 200 - 400 - 150 - 650 - 200 = 1 800. Это число записей после внутренней проверки. Сопоставленные пользователи, доступность источника и требования платформы — отдельные проверки.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
Все контакты — наши покупатели	Отдельная группа с подтверждённым запросом по услуге.
Добавим случайных ради объёма	Зафиксируем ограничение и выберем допустимый источник.
Похожий значит готов купить	Это рекламная гипотеза; качество подтверждается обращениями.

Не заменяйте качество объёмом

Проблема	Действие	Почему
Неясное происхождение	Отложить использование до проверки	Наличие строки не объясняет основание
Смешанные задачи	Развести по подтверждённым событиям	Сигнал должен иметь смысл
Мало пригодных данных	Не подмешивать случайное	Объём не заменяет качество
Историческая услуга другая	Пересмотреть гипотезу	Старая специализация искажает вывод
Низкое сопоставление	Проверить формат и требования	Строки не равны пользователям
Обращения не продолжаются	Проверить предложение и обработку	Причина не обязательно в аудитории

Три вопроса к исходной группе

1. Какое подтверждённое действие объединяет эту группу?
2. Почему её смысл соответствует нынешней услуге?
3. Что покажет, что тест даёт подходящие разговоры?

18 проверок исходной аудитории

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

Смысл и происхождение

- [ ] **Событие определено.** Есть одно подтверждаемое действие. Контакт ещё не целевой запрос.
- [ ] **Услуга согласована.** Исходная задача связана с предложением. Аренда не равна продаже.
- [ ] **Источник известен.** Понятно происхождение записей. Неизвестное нельзя дорисовать.
- [ ] **Использование проверено.** До передачи изучены соответствующие основания. CRM сама их не доказывает.
- [ ] **Чужие списки не подмешаны.** Объём не увеличивается случайными контактами. Смысл сигнала иначе теряется.
- [ ] **Нет чувствительных выводов.** Не используются догадки по именам и фото. Похожесть не оправдывает дискриминацию.

Качество и пригодность

- [ ] **Дубли исключены.** Определена уникальная единица. Строки могут повторять человека.
- [ ] **Тестовые записи отделены.** Они не учат рекламную гипотезу. Служебное не равно спросу.
- [ ] **Причины не пересекаются в подсчёте.** Исключение каждой строки учтено один раз. Арифметика иначе завышена.
- [ ] **Период объяснён.** Он соответствует событию и услуге. Свежесть сама не гарантирует смысл.
- [ ] **Строки не названы аудиторией.** Результат сопоставления проверяется отдельно. Файл не равен доступным пользователям.
- [ ] **Требования актуальны.** Сверены в рабочем кабинете. Старые лимиты могут измениться.

Тест и вывод

- [ ] **Пересечения известны.** Один клиент не скрыт в нескольких группах. Суммы не всегда уникальны.
- [ ] **Предложение сопоставимо.** Тест не смешивает разные обещания. Причину результата трудно выделить.
- [ ] **Обработка едина.** Учтены время ответа и ответственность. Потери возможны после обращения.
- [ ] **Целевой диалог определён.** Есть наблюдаемый критерий. Субъективный ярлык искажает отчёт.
- [ ] **Окно наблюдения одинаково.** Результаты получили сопоставимое время. Быстрый срез может недосчитать.
- [ ] **Вывод ограничен данными.** Малая выборка признана предварительной. Одна сделка не доказывает правило.

Паспорт данных и пригодности

Для обсуждения используйте обезличенный паспорт. Контактный файл храните отдельно с ограниченным доступом.

Группа: _____ Период: _____

Группа / событие / период	Источник / исключения / основания	Требования / сопоставление / владелец

Подтверждённое событие включения: _____

Что осталось неизвестным: _____

Дата проверки требований кабинета: _____

Лист оценки рекламной гипотезы

Определите уникальную единицу и одинаковое окно наблюдения. Не делайте вывод по одному дешёвому верхнему событию.

Гипотеза / предложение / срез	Расход / обращения / целевые	Продолжение / ограничение / решение

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Не можете объяснить группу. вернитесь к событию включения.

Строки названы людьми. проверьте дубли и сопоставление.

Объём добран случайным. пересмотрите источник.

Чувствительное угадано. исключите такое правило.

Потери обработки забыты. проверьте продолжение обращения.

Согласуйте следующий шаг

Краткое описание теста для команды

Гипотеза: искать аудиторию для [услуга] на основе [подтверждённое событие] за [период]. Источник и допустимое использование проверены [как]. Исключения: [правила]. Оцениваем [целевой диалог] при сопоставимом предложении и обработке.

Первое действие после чтения

Заполните паспорт одной группы без передачи реальных контактов в нейросеть. Сначала устраните неясный смысл и происхождение, затем проверьте пригодность в актуальном кабинете и подготовьте ограниченный тест.

Ответственный за данные и тест: _____

Главное ограничение вывода: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Есть база и бюджет, но непонятно, какой спрос искать?

Диагностическая карта для риелтора помогает связать привлечение с задачей клиента, предложением и обработкой. Проверьте смысл исходных данных до расширения рекламы.

Проверить основу привлечения клиентов →

14.10.2026 прочитана официальная публикация VK Рекламы о похожих аудиториях. Числовые пороги из исторической публикации не перенесены как действующие: перед запуском сверяются требования своего кабинета.

VK Реклама: официальная публикация о похожих аудиториях

Три гипотезы — три разных сигнала

Сравнение помогает выбрать смысл исходной группы. Это не рейтинг эффективности и не обещание, что более поздний этап всегда лучше.

Группа	Сильная сторона	Ограничение
Получатели материала	Понятен интерес к инструменту	Не все нуждаются в услуге
Целевые обращения	Заявлена подходящая задача	Критерий должен быть одинаковым
Завершённые сделки	Есть подтверждённый результат	Мало записей или старая специализация
Смешанная CRM	Большой сырой объём	Нет единого события и смысла
Пересечение групп	Видна история продвижения	Один человек учитывается несколько раз

Начните с задачи рекламы. Если предлагаете сопровождение продажи, полезнее проверить сигнал, связанный с заявленной продажей, чем назвать всех читателей покупателями. При этом техническая доступность источника и достаточность объёма проверяются отдельно.

Не отбирайте людей по предполагаемой обеспеченности, национальности или другим чувствительным признакам. Не выводите такие характеристики из имени, фотографии или косвенных данных. Для рабочей гипотезы используйте заявленную задачу и подтверждённое событие.

Период выбирается с объяснением. Недавний запрос файла и давняя завершённая сделка подтверждают разные факты. У группы может быть хорошее происхождение, но слабая связь с новой услугой агентства; это ограничение нужно записать до запуска.

Нейросети достаточно обезличенной структуры и сводных чисел. Попросите найти смешение событий, неясный критерий и пересечения. Она не подтверждает допустимость передачи контактов вместо команды и не должна получать клиентские телефоны для такой логической проверки.

Паспорт ограниченного теста

Заполненный каркас учебной гипотезы: услуга — подготовка продажи, исходный сигнал — подтверждённые обращения по этой задаче. Числовой бюджет здесь намеренно не назначен.

Пункт	Заполненный пример	Что проверить у себя
Событие	Заявлен запрос на подготовку продажи	Есть подтверждение в журнале
Период	Выбран по доступной истории	Услуга за это время сопоставима
Предложение	Лист подготовки и разговор по сложному пункту	Инструмент реально существует
Результат	Уникальный целевой диалог	Критерий записан до теста
Обработка	Один порядок приёма обращений	Время ответа и владелец известны
Решение	Сравнить этапы и ограничения	Не судить по одной случайной сделке

Зафиксируйте требования кабинета на дату запуска: доступный источник, формат и условия построения. Исторические цифры из публикации не считайте вечными. Если группа не соответствует требованиям, не заполняйте разницу случайными записями.

Сохраняйте сопоставимость предложения и обработки между проверяемыми вариантами. Разные обещания, графики и первые вопросы могут объяснить результат сильнее способа поиска аудитории. Все неконтролируемые различия укажите в журнале.

Отдельно считайте расход, уникальные обращения, целевые разговоры и следующий шаг. Если источник не подтверждён, оставьте неизвестное отдельной группой. Не распределяйте его между кампаниями на глаз и не смешивайте повторные реплики с новыми клиентами.

Вывод делайте по достаточным данным для вашей задачи и с явными ограничениями. Небольшой тест помогает выбрать следующую проверку, но не гарантирует окупаемость. При слабом продолжении проверьте не только исходный сигнал, но и выдачу обещанного и работу агента.