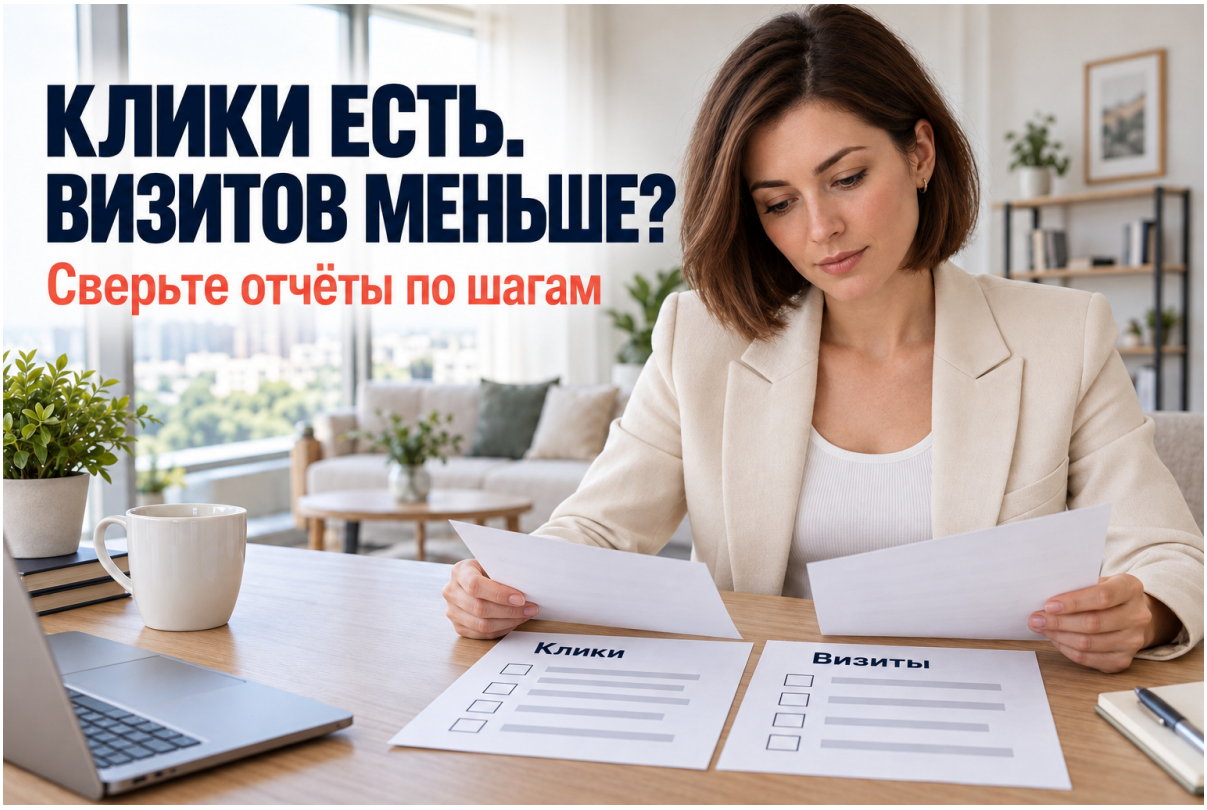
Сверка без паники: календарь, фильтры и определения

Сведите условия двух отчётов, найдите страницу для проверки и поставьте задачу с доказательством результата. Внутри заполненная сверка, журнал гипотез и отдельный контроль исправления.



12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Авторский инструмент Нейросистемы риелтора. Все расчёты учебные. Отношение визитов к кликам не является долей потерянных людей, конверсией в клиента или доказательством конкретной причины.

Сначала даты, затем причина

Кабинет рекламы и Метрика показывают разные числа, а объяснения сводятся к общим словам о потерянном трафике.

Сравнение	Клики / визиты	Что можно сказать
Исходное	120 / 90	Разные наборы дат
После сверки	108 / 90	Разница показателей 18
Страница А	80 / 76	Участок для сравнения
Страница Б	28 / 14	Приоритет проверки

Что собрать для воспроизводимой сверки

• Обе исходные выгрузки с точным временем получения.

• Названия отчётов, показателей и выбранных кампаний.

• Период, часовой пояс, фильтры, сегменты и атрибуция.

• Опубликованные и конечные адреса посадочных страниц.

• Номер счётчика и доступные результаты проверки загрузки.

• Ответственный, контрольный сценарий и дата исправления.

Единицы, условия и подозрительная страница

1. Подпишите обе единицы счёта

Сохраните полные названия отчётов и показателей. Различите рекламный клик, визит, посетителя и принятое обращение.

Готово: Две выгрузки имеют понятный смысл.

Не делайте так: Любая цифра названа клиентами.

2. Выравняйте условия

Запишите даты, часовой пояс, кампании, устройства, страницы, фильтры и модель атрибуции. Сохраните момент выгрузки.

Готово: Можно воспроизвести состав обеих выборок.

Не делайте так: Клики за неделю сравниваются с визитами за шесть дней.

3. Найдите подозрительный участок

Разбейте согласованные значения по посадочным страницам, затем исследуйте существенное различие. Учитывайте малый объём данных.

Готово: Выбран точный адрес для проверки.

Не делайте так: Средняя цифра объясняется одинаково для всего сайта.

Какое условие пока не согласовано

Проверка, исправление и границы

4. Проверьте одну гипотезу

Исследуйте опубликованный URL, конечную страницу, параметры, наличие и загрузку нужного счётчика. Сохраните условия и доказательство.

Готово: Причина подтверждена либо остаётся гипотезой.

Не делайте так: Список возможных причин принят за диагноз.

5. Примите исправление

Повторите проблемный сценарий с согласованными тестовыми данными. Отметьте дату и исключите тест из оценки спроса.

Готово: Подтверждено устранение конкретного дефекта.

Не делайте так: Главная открылась, значит все шаблоны исправлены.

6. Сохраните границы вывода

Сравните будущие данные при согласованных условиях. Историю не дорисовывайте, остаток неопределённости запишите отдельно.

Готово: Есть новый результат и список ограничений.

Не делайте так: Ожидается восстановление прошлых неучтённых просмотров.

Что подтвердит результат на выбранном маршруте

Два отчёта и две посадочные страницы

Вымышленная сверка. Двенадцать исходных кликов относились к дате, отсутствовавшей во второй выгрузке. Сайт при выравнивании дат не меняли.

Этап	Учебные значения	Интерпретация
Первый снимок	120 кликов; 90 визитов	Условия ещё различаются
Один период	108 кликов; 90 визитов	Остаточная разница 18
Страница А	80 кликов; 76 визитов	76/80 = 95%
Страница Б	28 кликов; 14 визитов	14/28 = 50%
Итого	108 кликов; 90 визитов	90/108 ≈83,3%

Проценты здесь показывают отношение двух агрегированных показателей. Они не являются долями загрузившихся страниц или конверсией в заявку без отдельного определения и сопоставления событий.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
Пропали тридцать клиентов	Сначала согласовать даты и единицы счёта, затем описать расхождение.
Во всём виноваты блокировщики	Выбрать проверяемую гипотезу и сохранить результат в конкретном окружении.
После правки дорисуем историю	Отметить дату исправления и анализировать новые данные с оговорёнными границами.

Не каждое расхождение требует правки сайта

Наблюдение	Следующий шаг	Что не доказано
Разные даты	Выравнять период	Технический сбой
Разные сегменты	Согласовать состав	Потеря посетителей
Один URL выделяется	Проверить его маршрут	Причина различия
Счётчика нет в шаблоне	Исправить и повторить тест	Восстановление истории
Тест прошёл успешно	Наблюдать новые данные	Равенство всех чисел
Причина не найдена	Передать доказательства	Нормальность расхождения

Три вопроса перед спором о цифрах

1. Одинаковые ли дни и аудитории сравниваются?

2. На каком конкретном адресе нужно проверить измерение?

3. Какой результат подтвердит устранение дефекта, даже если числа не станут равны?

18 проверок перед выводом о потерях

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

Сопоставимость

- [ ] **Показатели названы.** Клики и визиты подписаны. Не люди по умолчанию.
- [ ] **Отчёты указаны.** Сохранены полные названия. Не общий экран трафика.
- [ ] **Даты совпадают.** Одинаковые завершённые дни. Не разные недели.
- [ ] **Условия времени ясны.** Часовой пояс и момент выгрузки. Не два случайных снимка.
- [ ] **Состав согласован.** Кампании, страницы и устройства. Не вся реклама против части сайта.
- [ ] **Настройки сохранены.** Фильтры, сегменты и атрибуция. Не скрытый отбор.

Исследование

- [ ] **Разница названа правильно.** Расхождение показателей. Не потерянные покупатели.
- [ ] **Разбивка сделана.** Выбран конкретный адрес. Не средняя причина сайта.
- [ ] **Ссылка действующая.** Проверен опубликованный URL. Не старый макет.
- [ ] **Маршрут проверен.** Конечная страница и параметры. Не только первый адрес.
- [ ] **Счётчик проверен.** Номер и загрузка на нужном шаблоне. Не наличие на главной.
- [ ] **Доказательства сохранены.** Условия, дата и результат. Не предположение как факт.

Исправление и вывод

- [ ] **Владелец назначен.** Конкретное действие и срок. Не общая претензия.
- [ ] **Контроль повторён.** Проверен прежний проблемный сценарий. Не случайный визит.
- [ ] **Тест отделён.** Собственные события обозначены. Не рост обращений.
- [ ] **Дата правки записана.** Понятна граница качества данных. Не смешанная история.
- [ ] **Остаток описан.** Неизвестное осталось неизвестным. Не подгонка к нулю.
- [ ] **Бизнес-метрики отдельно.** Запросы и сделки не равны визитам. Не выдуманная конверсия.

Паспорт двух сравниваемых отчётов

Сначала устраните различия в условиях. Исходные выгрузки сохраняйте рядом, не заменяя их новой версией.

Рабочий вопрос: _____

Поле паспорта	Реклама	Аналитика сайта

Версия выгрузок: _____

Что осталось неизвестным: _____

Дата следующей сверки: _____

Журнал гипотез и доказательств

Не складывайте предполагаемые потери пересекающихся причин. У каждой строки должен быть отдельный способ проверки.

Гипотеза / адрес	Доказательство / действие	Ответственный / контроль

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Разные единицы. Клики, визиты и люди используются как взаимозаменяемые.

Общий процент. Придумана универсальная норма без истории и состава.

Непроверенная причина. Возможное объяснение стало установленным фактом.

Повтор платных кликов. Тест расходует бюджет без необходимости.

Подгонка истории. Прошлые значения изменены ради красивого равенства.

Согласуйте следующий шаг

Задание на проверку расхождения

Сверка отчётов за _____. Рекламный показатель _____. Показатель сайта _____. Условия согласованы: _____. Выделяется адрес _____. Проверяем гипотезу _____. Доказательство _____. Исправляет _____ до _____. Принимаем по сценарию _____. Неизвестным остаётся _____.

Первое действие после чтения

Выберите одну посадочную страницу с объяснимым приоритетом. Сначала заполните паспорт сравнения, затем поставьте одну задачу по доказанному или проверяемому дефекту.

Кто принимает исправление: _____

Остаточные ограничения: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Отчёты понятны, а обращений всё равно мало?

Диагностическая карта для риелтора поможет проверить путь от привлечения посетителя до полезного предложения, принятого запроса и дальнейшего контакта.

Проверить путь до обращения →

14.10.2026 проверены официальные определения визита и справка Метрики о различиях с Директом. Возможные технические причины используются как гипотезы. Универсальный допустимый процент расхождения не задан.

Яндекс Метрика: различие данных в отчётах Метрики и Директа

Яндекс Метрика: термин Визит и тайм-аут

Как общая разница скрывает одну страницу

Учебные данные уже приведены к одному периоду. Клики и визиты остаются разными показателями.

Страница	Клики / визиты	Отношение
А	80 / 76	95%
Б	28 / 14	50%
Весь выбранный набор	108 / 90	≈83,3%
Разница агрегатов	108 минус 90	18, не число людей

Первые 120 кликов относились к семи дням, а 90 визитов к шести. После согласования дат осталось 108 кликов. Эти двенадцать кликов не потерялись на сайте. Они просто не принадлежали общему периоду сравнения. Сохраните обе версии, чтобы изменение итогов было объяснимым.

У страницы Б заметно ниже отношение визитов к кликам. Это повод проверить конкретный маршрут, а не доказательство того, что половина людей не загрузила сайт. Без сопоставления событий неизвестны повторы, особенности измерения и другие причины расхождения.

Общий процент не равен простому среднему процентов страниц. Здесь 90/108 ≈83,3%, тогда как среднее 95% и 50% дало бы 72,5%. У страниц разный объём кликов. Сначала суммируйте согласованные числители и знаменатели, затем считайте итоговое отношение.

Найденный дефект подтверждайте отдельно от изменения агрегата. Если на мобильном шаблоне не было счётчика, после установки проверьте именно этот шаблон. Новые данные наблюдайте с даты изменения; прошлые неучтённые просмотры не превращаются в измеренные автоматически.

Задача специалисту, которую можно принять

Цель проверки состоит в устранении конкретного дефекта, а не в обещании одинаковых чисел во всех кабинетах.

Часть задания	Что приложить	Критерий
Условия	Паспорта и выгрузки	Сверка воспроизводится
Участок	Опубликованный и конечный URL	Понятен маршрут
Гипотеза	Наблюдение и окружение	Есть различающая проверка
Исправление	Действие и дата	Дефект устранён
Наблюдение	Новые сопоставимые значения	Ограничения сохранены

Сначала проверьте адрес и загрузку счётчика без многократных нажатий платной рекламы. Не придумывайте идентификатор рекламного клика. Если требуется именно полный рекламный сценарий, согласуйте его объём, стоимость и способ отделения тестовых событий от реального спроса.

Фраза «сайт работает» недостаточна. Укажите устройство, страницу и обнаруженный признак: неправильный номер счётчика, отсутствие кода либо потеря параметра на перенаправлении. Если причина пока только предполагается, задание должно просить доказательство, а не немедленную перестройку всего сайта.

Приёмка начинается с повторения проблемного сценария. Сохраните результат и дату. Затем сравните новые завершённые периоды, контролируя изменения состава кампаний, страниц и аудитории. Улучшение измерения само по себе не означает, что реклама привела больше потенциальных покупателей.

Нейросеть используйте для сравнения обезличенных паспортов. Попросите найти несовпадения и составить вопросы, запретите подгонять числа и объяснять неизвестные события. Последнее решение принимает человек по выгрузкам и техническим доказательствам.