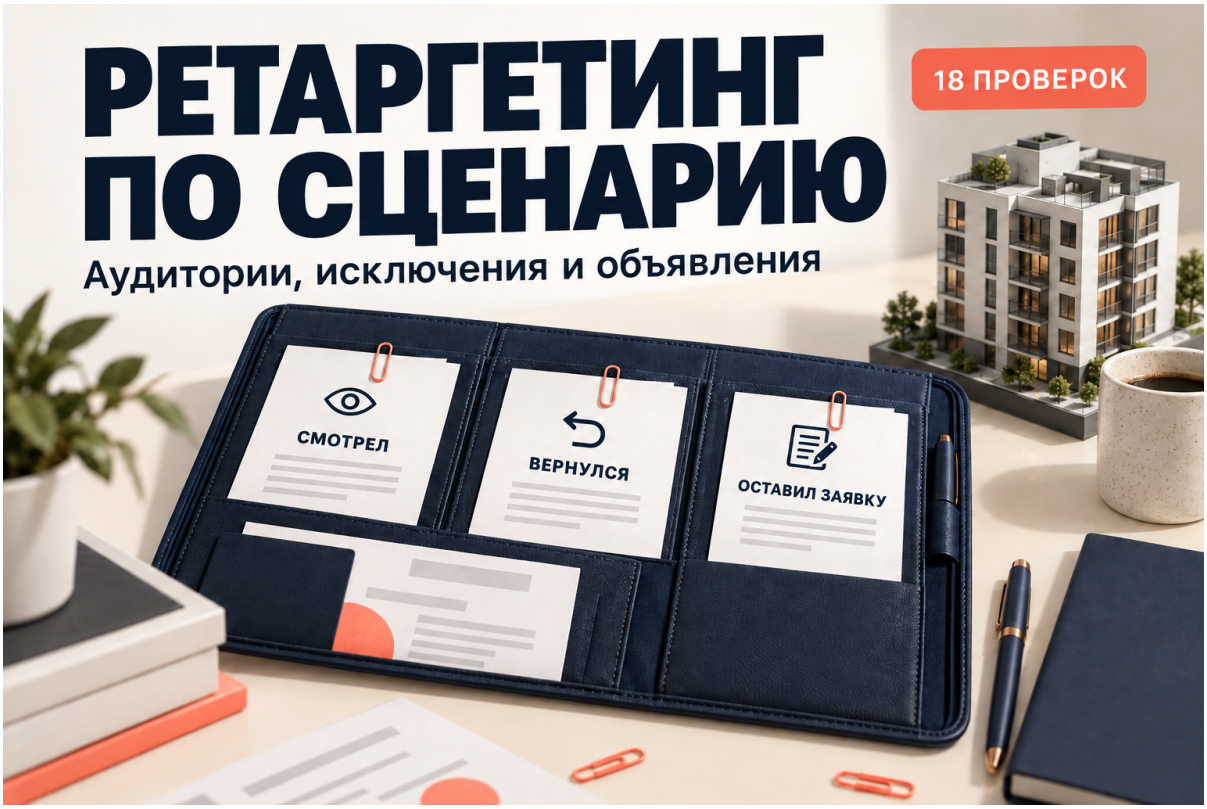
Ретаргетинг: матрица аудиторий, исключений и объявлений

Разведите недавний и более ранний интерес, исключите уже принятые заявки и предложите каждой группе следующий полезный шаг. Проверьте путь от объявления до обработки.



10 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Заполненная матрица, два объявления, шесть шагов, восемнадцать проверок, расчёт стоимости целевого обращения и рабочие листы для своей кампании.

Авторский учебный сценарий. Все 600 идентификаторов, окна 7/30 дней и результаты придуманы. Это не число подтверждённых людей, не прогноз и не запущенная кампания.

Одно предложение и понятный следующий шаг

Посетители смотрят объекты, но обращаются не все; нужно проверить полезность возвращения и не смешать его с привлечением новой похожей аудитории.

Поле	Учебное решение	Ваш вариант
Объект	Одна актуальная страница квартиры	
Недавний интерес	Просмотр за 7 дней	
Более ранний	Просмотр за 30, но не за 7 дней	
Исключение	Успешная заявка за 30 дней	
Конверсия	Подтверждённый приём формы	
Критерий качества	Задача в зоне работы, возможен разговор	

Что должно быть готово до рекламы

- Актуальное предложение и содержимое страницы после клика.
- Разные события просмотра, начала обращения и принятой заявки.
- Словесная формула каждой аудитории и её исключений.
- Правило дублей и единый критерий целевого обращения.
- Ответственный за обработку и согласованный предел тестового расхода.

Предложение, события и две группы

1. Опишите полезный возврат

Назовите действие, которое посетитель не закончил, и полезный следующий шаг. Сверьте актуальность объекта.

Готово: Объявление ведёт к обещанному сравнению или согласованию.

Не делайте так: Возвращать всех одной фотографией к устаревшей квартире.

2. Разведите события

Зафиксируйте отдельные значения просмотра, клика и успешного приёма формы. Проверьте номер записи в обработке.

Готово: Заявка не равна открытию мессенджера или клику.

Не делайте так: Назвать успешной отправкой попытку с ошибкой.

3. Соберите непересекающиеся группы

Недавний: просмотр 7 дней без заявки 30. Ранний: просмотр 30 без просмотра 7 и без заявки 30.

Готово: Один учебный идентификатор не попал в обе группы.

Не делайте так: Повторно вычесть уже исключённые заявки.

Как подтверждаем успешную заявку?

Условия показа, проверка и оценка

4. Проверьте условия размещения

Сверьте логику условий для поиска или сетей по справке Директа. Для этой задачи не добавляйте похожую аудиторию.

Готово: Настройка соответствует записанному сценарию возврата.

Не делайте так: Считать, что любое добавленное условие обязательно сужает группу.

5. Пройдите путь заявки

Проверьте просмотр, брошенную форму, успех, ошибку и повтор. Сопоставьте событие, страницу, метку и запись.

Готово: Каждый тест дал ожидаемый результат и ответственного.

Не делайте так: Запускать расход, пока заявки теряются после формы.

6. Сравните качество результата

Удалите дубли, отдельно оставьте неразобранные обращения. Рассчитайте цену обычного и целевого обращения одинаково для групп.

Готово: Вывод учитывает обработку и ограниченность малого теста.

Не делайте так: Выбрать победителя только по дешёвой форме.

Какие обращения ещё не разобраны?

УЧЕБНЫЙ ПРИМЕР

600 идентификаторов: без двойного вычитания

Вымышленный набор: 600 наблюдаемых идентификаторов смотрели объект за 30 дней, из них 240 — за 7 дней. Среди 600 заявка есть у 90: 50 недавних и 40 более ранних. Это не прогноз охвата.

Группа	Включить	Исключить	Остаток
Недавняя	Просмотр 7 дней: 240	Заявки внутри группы: 50	240 - 50 = 190
Более ранняя	Просмотр 30 дней: 600	Просмотр 7: 240; остальные заявки: 40	600 - 240 - 40 = 320
Уже обратился	Заявки среди этих просмотров	Не показываем эти два сценария	50 + 40 = 90

190 + 320 = 510; 510 + 90 = 600. Во второй строке 50 недавних заявок уже исключены вместе с 240 просмотрами. Повторное вычитание всех 90 даст неверный результат.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
Просмотр доказывает готовность купить	Просмотр — наблюдаемое действие, мотив неизвестен
Клик считаем заявкой	Успех подтверждён приёмом запроса
Дешёвая форма — победитель	Сравниваем также целевые обращения

Разное действие — разное предложение

Сценарий	Следующий шаг	Пример объявления
Недавний интерес	Сравнение двух планировок	Где помещается рабочее место и что входит в отделку?
Более ранний интерес	Актуальность и условия показа	Вернитесь к выбору: проверьте объект и условия следующего показа.
Уже обратился	Обработка принятого запроса	Исключение из этих объявлений не заменяет ответ менеджера.

Малый учебный тест не доказывает причинный прирост. Атрибуция рекламы и добавочный эффект — разные вопросы.

Учебный результат	Недавний	Более ранний
Расход / уникальные	4500 ₽ / 9	4500 ₽ / 15
Целевые	3	3
Цена обращения	500 ₽	300 ₽
Цена целевого	1500 ₽	1500 ₽

Шесть вопросов перед расходом

1. Какое действие подтверждено?
2. За какой период оно учитывается?
3. Кто исключён и почему?
4. Что обещает объявление?
5. Где подтверждён приём заявки?
6. Как определён целевой запрос?

ОТМЕТЬТЕ ВЫПОЛНЕННОЕ

18 проверок ретаргетинга

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

Предложение и события

- [ ] **Проверить актуальность.** Объект доступен по обещанным условиям. Если нет: обновить предложение.
- [ ] **Назвать следующий шаг.** Есть полезный результат. Если нет: уточнить оффер.
- [ ] **Разделить просмотр и клик.** События не названы заявкой. Если нет: переименовать цели.
- [ ] **Определить успех.** Запрос принят. Если нет: проверить подтверждение.
- [ ] **Проверить ошибку.** Нет ложного успеха. Если нет: исправить событие.
- [ ] **Найти запись.** Заявка передана в обработку. Если нет: проверить доставку.

Аудитории и объявления

- [ ] **Зафиксировать окна.** Периоды заданы до теста. Если нет: выбрать по циклу.
- [ ] **Записать включение.** Положительное действие понятно. Если нет: сузить сценарий.
- [ ] **Записать исключения.** Уже обратившиеся отделены. Если нет: добавить верную цель.
- [ ] **Проверить пересечение.** Группы разделены. Если нет: пересчитать формулу.
- [ ] **Проверить места показа.** Логика условий понятна. Если нет: сверить справку.
- [ ] **Сверить страницу.** Обещанный материал найден. Если нет: исправить переход.

Тест и оценка

- [ ] **Различить метки.** Группа и объявление узнаваемы. Если нет: записать названия.
- [ ] **Сохранить историю.** Первичный источник не стёрт. Если нет: разделить касания.
- [ ] **Проверить повтор.** Дубли распознаны. Если нет: уточнить правило.
- [ ] **Назначить обработку.** Есть ответственный. Если нет: не запускать без приёма.
- [ ] **Посчитать целевые.** Критерий одинаковый. Если нет: разобрать неизвестные.
- [ ] **Ограничить вывод.** Малый тест не гарантия. Если нет: продолжить проверку сопоставимо.

РАБОЧИЙ ЛИСТ 1

Ваша матрица аудиторий и переходов

Пишите правило обычными словами. Для раннего интереса нужны оба исключения: нет недавнего просмотра И нет заявки. Проверяйте сценарий для выбранного места показа.

Объект: _____ Период: _____

Группа / период	Включить / исключить	Объявление / страница	Цель / тест

Проверено: _____ Исправить: _____

Что осталось неизвестным: _____

Тестовая заявка: _____ Контроль: _____

РАБОЧИЙ ЛИСТ 2

Ваш лист результатов двух сценариев

Цена целевого обращения = расход / число целевых обращений. При нуле результат не равен нулевой цене: укажите, что целевых пока нет. Малые числа не дают гарантии будущего результата.

Период / группа	Расход / уникальные	Целевые / неясные	Вывод / следующий тест

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Объект снят, реклама продолжается. Обновите предложение и страницу.

Цель срабатывает при ошибке формы. Исправьте условие успеха до расхода.

Одни и те же посетители в обеих группах. Проверьте отрицание недавнего просмотра.

Обращений много, записи теряются. Сначала восстановите обработку.

Цена формы ниже, качество неизвестно. Не объявляйте победителя.

Согласуйте следующий шаг

Промпт для проверки логики

Проверь учебную матрицу ретаргетинга. V30 = [число смотревших за 30 дней], V7 = [из них за 7]. L30 = [заявки среди V30], пересечение V7 и L30 = [число]. Группа А: V7 без L30. Группа Б: V30 без V7 и без L30. Покажи расчёт, пересечения и контроль суммы. Не вычитай одних и тех же дважды. Предложи по одному полезному следующему шагу каждой группе; не придумывай намерения людей, результат кампании или гарантии исключения на всех устройствах. Затем перечисли тесты событий до расхода бюджета.

Первое действие после чтения

На бумаге распределите 600 учебных идентификаторов и проверьте сумму. После этого запишите свою первую группу словами и выполните одну тестовую заявку до запуска рекламы.

Кто обрабатывает: _____

Лимит теста: _____ Проверка: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Риелтору: посетитель вернулся, а разговор не начался?

Диагностическая карта поможет проверить обещание, форму, ответ и следующий шаг. Сначала найдите потерю обращения, затем увеличивайте рекламный расход.

Проверить путь обращения →

Подготовлено 16.09.2026. Логика условий и целевых событий сверена по Яндексу. Интерфейс, доступность аудитории и обновление данных проверяйте в своём кабинете. Кампания не запускалась.

Директ: сегменты аудитории

Метрика: целевое событие