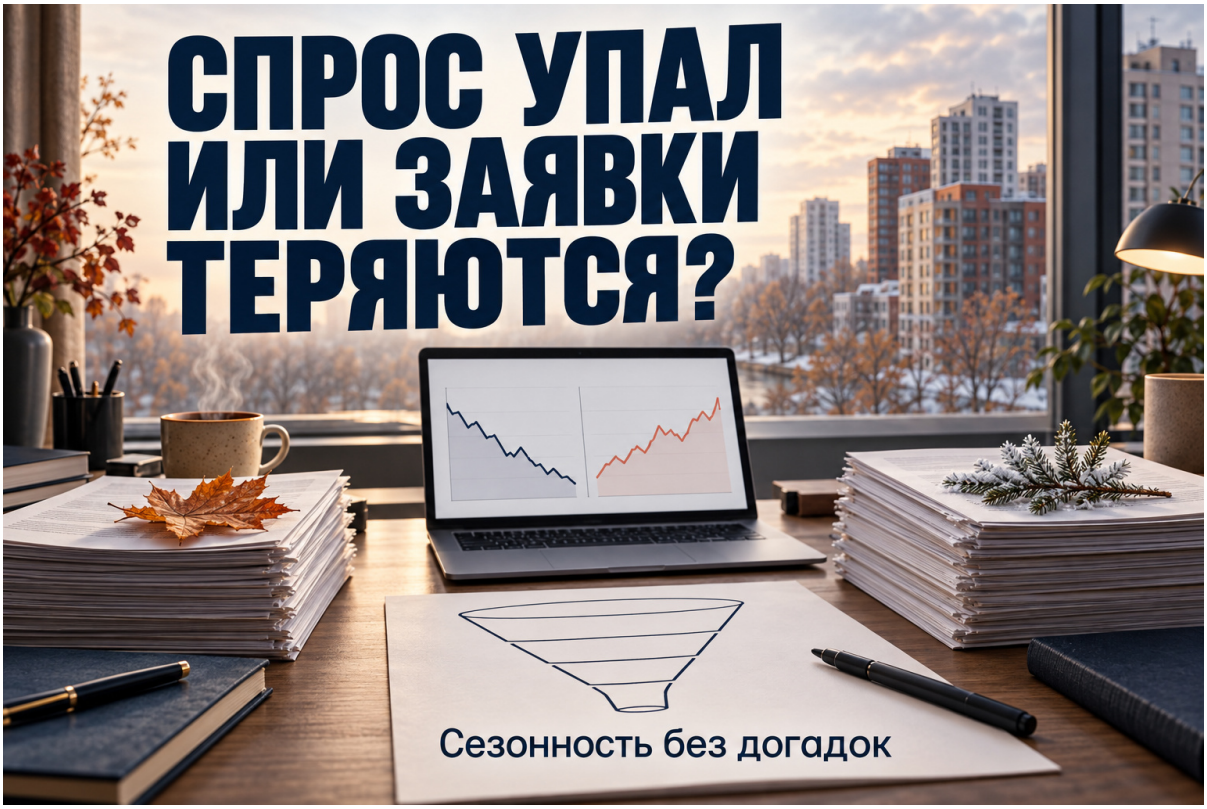
Сезон или сбой в работе: таблица сравнения спроса и конверсии

Разделите изменение спроса и изменение собственного процесса; выберите одну проверку по данным.



10 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Заполненный расчёт, четыре ступени потока, дерево решений, лист сравнения периодов и журнал проверки гипотез.

Авторская методика и учебные данные. Не прогноз цен или числа сделок. Совпадение изменений не доказывает причинную связь; история вашего сегмента проверяется отдельно.

С чего начать

В конце года стало меньше обращений, а команда объясняет всё сезоном без разбора каналов и переходов.

Настройка	Учебная модель	Почему фиксируем
Сегмент	Один город и тип клиента	Не смешиваем разные задачи
Периоды	Два равных интервала	Одинаковая длительность
Обращение	Уникальный целевой контакт	Не клики и не тесты
Источники	Сопоставимый набор	Не скрываем остановку рекламы

Подготовьте исходные данные

• Регион, направление, одинаковые периоды и список изменений бюджета, объектов и учёта.

• История выбранных поисковых запросов с одинаковыми настройками и проверенным смыслом.

• Посещения по сопоставимым каналам и страницам; целевые обращения по единому правилу.

• Сведения о состоявшихся разговорах, технических сбоях и изменениях пути заявки.

Соберите и сопоставьте факты

1. Зафиксируйте границы

Выберите один сегмент и равные интервалы. Опишите целевое обращение и исключение дублей. Проверьте, не изменились ли бюджет, состав объектов или способы учёта. Это защищает сравнение от разницы условий, которую легко принять за сезон.

Готово: Настройки сравнения записаны до интерпретации цифр.

Не делайте так: Сравнивать полный месяц с его неполной частью.

2. Проверьте внешний интерес

Посмотрите историю запросов в выбранном регионе. Сохраняйте формулировки и настройки. Проверьте смысл: «Зима» может оказаться городом. Не считайте показы отдельными покупателями и не складывайте вложенные запросы как непересекающиеся аудитории.

Готово: Понятно, какой интерес измеряется и с какими ограничениями.

Не делайте так: Назвать любой спад одной фразы спадом всего рынка.

3. Разделите свои ступени

Выпишите посещения, целевые обращения и состоявшиеся разговоры. Сверьте источники и страницы. Нажатие на кнопку, переданный контакт и разговор не взаимозаменяемы. Технические сбои и остановки кампаний пометьте в журнале.

Готово: На каждой ступени одинаковое правило подсчёта для обоих периодов.

Не делайте так: Сравнить клики прошлого периода с контактами текущего.

Что нужно получить перед продолжением

Примите и зафиксируйте решение

4. Посчитайте переходы

Конверсия в обращение = обращения / посещения × 100%. Изменение количества = (новое − старое) / старое × 100%, если старое не равно нулю. В примере конверсия меняется с 10% до 5%: это −5 п.п. или −50% относительно исходной.

Готово: Рядом с процентом видны исходные числа и знаменатель.

Не делайте так: Перепутать процентные пункты с относительным изменением.

5. Выберите место проверки

Если интерес держится, а посещений меньше, смотрите видимость и каналы. Если посещения держатся, а обращений меньше, проверяйте предложение и путь заявки. Если контакты есть без разговоров, изучите ответ и связь. Это маршрут проверки, не готовый диагноз.

Готово: Названа одна наблюдаемая ступень и способ её проверить.

Не делайте так: Объявить причину доказанной по совпадению двух графиков.

6. Запишите вывод и действие

Сделайте три строки: наблюдаем, проверяем, меняем после подтверждения. Укажите владельца и дату. При малом числе наблюдений сохраняйте неопределённость; техническую поломку исправляйте по факту, отдельно оценивая её влияние на общий результат.

Готово: Команда знает действие и критерий следующего решения.

Не делайте так: Ждать нового сезона вместо проверки обнаруженного сбоя.

Что проверить после выполнения

Заполненный пример

Полностью учебные данные двух сопоставимых четырёхнедельных периодов. Они не описывают фактическую динамику neirorealty.ru или рынка в 2026 году.

Показатель	А	Б	Изменение
Индикатор поиска	1 000	800	-20%
Посещения	500	400	-20%
Обращения	50	20	-60%
Конверсия	50 / 500 = 10%	20 / 400 = 5%	-5 п.п.
Ориентир по старой доле	—	400 × 10% = 40	Не прогноз

В простой модели при прежней доле обращений ориентир равен 40, а наблюдаем 20. Разница требует проверки, но не доказывает поломку или число гарантированно потерянных клиентов.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
Минус 60% из-за сезона	Обращения снизились на 60%; внешний индикатор и посещения — на 20%. Причину разницы проверяем.
Конверсия упала на 5%	С 10% до 5%: -5 процентных пунктов, или -50% относительно прежней.

Выберите действие по ситуации

Что изменилось	Где искать данные	Первое действие
Поиск и посещения ↓	Сегмент, история, каналы	Сверить сопоставимость
Только посещения ↓	Видимость, реклама, страницы	Проверить изменения каналов
Посещения есть, контактов ↓	Форма, предложение, передача	Пройти путь обращения
Контакты есть, разговоров ↓	Время ответа, звонки	Разобрать конкретные случаи

Уточните перед решением

1. Где именно изменилось соотношение двух соседних ступеней?
2. Что ещё, кроме календаря, изменилось между периодами?
3. Какие данные подтвердят или опровергнут выбранное объяснение?

18 проверок результата

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

Сопоставимость

- [ ] **Сегмент.** Выбрана одна задача клиента. Если нет: сузьте выборку.
- [ ] **Периоды.** Длительность сопоставима. Если нет: пересоберите интервалы.
- [ ] **Регион.** Настройка одна и та же. Если нет: сверьте фильтр.
- [ ] **Смысл запроса.** Он соответствует задаче. Если нет: прочитайте формулировки.
- [ ] **Бюджет.** Его изменения отмечены. Если нет: добавьте журнал.
- [ ] **Определения.** Правило целевого контакта едино. Если нет: согласуйте подсчёт.

Расчёт и качество данных

- [ ] **Каналы.** Набор и изменения видны. Если нет: разделите источники.
- [ ] **Дубли.** Обработаны одинаково. Если нет: примените единое правило.
- [ ] **Тесты.** Отмечены отдельно. Если нет: очистите выборку.
- [ ] **Формулы.** Знаменатели сохранены. Если нет: проверьте дроби.
- [ ] **Нулевой базис.** На ноль не делят. Если нет: оставьте абсолютную разницу.
- [ ] **Малая выборка.** Числа показаны рядом с долей. Если нет: не заявляйте доказанный эффект.

Вывод и применение

- [ ] **Сбои.** Даты зафиксированы. Если нет: проверьте журнал.
- [ ] **Гипотеза.** Не названа установленной причиной. Если нет: исправьте вывод.
- [ ] **Разрыв.** Выбрана конкретная ступень. Если нет: локализуйте изменение.
- [ ] **Проверка.** Понятен способ получить ответ. Если нет: задайте действие.
- [ ] **Владелец.** Есть ответственный и дата. Если нет: назначьте.
- [ ] **Решение.** Указано основание изменения. Если нет: дождитесь факта.

Заполните свой рабочий лист

Запишите интервалы и правила в заголовке своей таблицы. Проценты считайте после исходных чисел; при нулевом базисе относительное изменение не определяйте.

Код задачи: _____ Дата: _____

Показатель	Период А	Период Б	Разница / источник
Поисковый индикатор			
Посещения			
Обращения			
Разговоры			
Обращения / визиты			

Принятое решение: _____

Что осталось неизвестным: _____

Следующий шаг и дата: _____

Вопросы, ответственность и сроки

Одна строка — один разрыв и одна проверка. Отдельно сохраняйте совпадение показателей и доказанную техническую причину.

Наблюдаем	Проверяем	Кто / дата	Результат / решение

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Разные периоды. Приведите к сопоставимому интервалу.

Остановленная реклама. Не объясняйте её эффект сезоном.

Новый счётчик заявок. Сверьте правила до сравнения.

Два события вместо выборки. Не объявляйте устойчивую закономерность.

Причина названа без проверки. Оставьте её гипотезой.

Согласуйте следующий шаг

Формулировка для разговора

«За [интервалы] в [сегмент] изменились [исходные показатели]. На ступени [переход] видим [разницу]. Помимо сезона могли повлиять [изменения]. До [дата] проверяем [действие]; после результата решаем [вариант]».

Первое действие после чтения

Возьмите один сегмент и два равных периода. Сначала посчитайте посещения и целевые обращения; только потом добавьте объяснение изменения.

Контакт ответственного: _____

Когда вернуться к проверке: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Обращений мало — где именно теряется следующий шаг?

Диагностическая карта для риелтора поможет разобрать ваш процесс: от видимости и материалов до ответа, разговора и дальнейшей работы с клиентом.

Найти слабое место процесса →

Подготовлено 24.09.2026. Учебные примеры обозначены отдельно. Перед применением обновите данные своей задачи, документы и условия участников.

Яндекс Вордстат: динамика, регионы и статистика запросов