Стоимость привлечения арендатора: рабочий расчёт

Три цены одного результата, журнал расходов и сверка исходов с заполненной учебной кампанией.



Практический гайд с заполненным учебным примером и чистыми рабочими листами. Подготовлено редакцией Нейросистемы риелтора.

Учебные цифры не являются данными о текущем рынке. Обложка представляет концептуальную иллюстрацию.

1. Паспорт расчёта привлечения

Заполняйте для одной кампании или сопоставимой группы объектов. Это управленческий инструмент риелтора, не бухгалтерская отчётность и не норматив стоимости клиента. Все данные кампании AP-16 вымышлены для обучения.

Поле	Пример AP-16
Чей бюджет	Агентства
Группа	Обращения выбранной недели
Дата результата	Срез на двадцать первый день
Единица	Уникальная потребность арендатора
Итоговое событие	Подтверждённый оплаченный результат
Граница расходов	Размещения, материалы, учтённый труд
Не входит	Ремонт и простой собственника

Моя кампания	Единица результата	Дата среза

2. Словарь этапов до начала подсчёта

Этап	Подтверждение	Что не подходит
Обращение	Запись контакта с потребностью	Тестовая форма
Уникальная потребность	Основной ID после сверки дублей	Каждое повторное сообщение
Соответствует условиям	Согласованные критерии объекта	Субъективное нравится агенту
Просмотр состоялся	Зафиксированный факт встречи	Только назначенное время
Договор	Подтверждённый статус и дата	Устная готовность подписать
Оплаченный результат	Проверенный факт по выбранному правилу	Обещание перечислить деньги

При нескольких помещениях заранее выберите, что считаете: арендаторов, отдельные потребности или договоры. Не меняйте знаменатель между каналами. Внешний отчёт ведите по внутренним ID без лишних персональных данных.

Наш этап	Доказательство	Кто подтверждает

3. Реестр затрат без двойного учёта

Расход АР-16	Сумма, руб.	Основание
Размещения А	18 000	Учебная выгрузка расходов
Размещения Б	12 000	Учебная выгрузка расходов
Общие материалы	10 000	Условная стоимость подготовки
Труд А	8 000	Учебный учёт работы
Труд Б	4 000	Учебный учёт работы
Всего	52 000	Сумма пяти строк

Отдельно обозначайте метод
Учтённая стоимость времени может отличаться от отдельного платежа. Подпишите правило и не добавляйте один и тот же труд второй раз через зарплатную строку. Неизвестная сумма остаётся неизвестной.

Статья	Сумма и источник	Входит в расчёт?

4. Очистка журнала обращений

Счётчик AP-16	Количество	Основание
Исходные записи	36	Все полученные формы и контакты
Повторные записи	4	Связаны с основными ID
Тесты	2	Исключены с причиной
Уникальные потребности	30	36 минус 4 минус 2

Не удаляйте следы исключения. Если человек вернулся с другой самостоятельной задачей, решение о новой потребности должно соответствовать заранее заданному правилу. Один телефон сам по себе не объясняет все сложные случаи.

ID записи	Основная запись/отдельная	Причина решения

5. Журнал группы и дата среза

Группа AP-16	К дате среза
Уникальные потребности	30
Подходят условиям	9
Просмотр состоялся	6
Оплаченный результат	2
Другие исходы	Отмечаются отдельно по каждой записи

Для каждой потребности храните дату поступления, источник и даты этапов. Оплаты календарного месяца могут относиться к обращениям другого периода. Для расчёта кампании используйте исходы выбранной группы к указанной дате.

Незавершённые не равны успешным
Три переговорных процесса нельзя превратить в три оплаченных результата прогнозом агента. При новом срезе изменяйте статусы на основании фактов, сохраняя предыдущую версию отчёта.

ID потребности	Текущий исход	Дата и подтверждение

6. Три показателя на одном примере

Показатель	Расчёт	Результат
Рекламная цена потребности	30 000 / 30	1 000 руб.
Реклама на оплаченный результат	30 000 / 2	15 000 руб.
Все учтённые затраты на результат	52 000 / 2	26 000 руб.

У каждого показателя свой смысл. Первый отвечает на вопрос о получении обращения. Последний учитывает выбранный полный состав затрат и подтверждённый итог. Не используйте одну подпись цена клиента для всех трёх.

Если знаменатель равен нулю
Не делите на ноль и не подставляйте ожидаемую сделку. Покажите расходы, число обращений, текущие этапы и дату следующего среза. Показатель на оплаченный результат пока не определён.

Мой показатель	Числитель и знаменатель	Название в отчёте

7. Распределение общих материалов

Статья, руб.	Канал А	Канал Б	Всего
Размещения	18 000	12 000	30 000
Материалы	6 000	4 000	10 000
Учтённый труд	8 000	4 000	12 000
Полный итог	32 000	20 000	52 000
Оплаченные результаты	1	1	2

Материалы распределены 60% и 40% по долям рекламного бюджета. Это условное управленческое правило примера. Труд распределён по отдельным записям. Другой обоснованный метод может дать иной результат по каналам при том же общем итоге.

Общий расход	Принцип распределения	Почему применим

8. Сверка с рекламными кабинетами

Проверка	Что сопоставить
Период	Какие даты покрывает выгрузка
Кампания	Соответствует ли выбранной группе
Источник расходов	Автоматический импорт или отдельная строка
Дубли	Не загружены ли одни расходы дважды
Основа сумм	Единообразны ли состав и валюта
Результат	Форма, договор или подтверждённая оплата
Связь с визитом	Есть ли неатрибутированные исходы

Стандартный рекламный отчёт и полная управленческая калькуляция могут различаться по составу. Сначала объясните разницу. Этот рабочий лист не является файлом импорта: перед загрузкой в сервис нужен его действующий формат.

Расхождение	Причина	Исправление/пояснение

9. Что менять по результату

Наблюдение	Первое исследование	Не делать автоматически
Много повторов	Проверить правила объединения	Не покупать ещё больше трафика
Мало подходящих	Сверить аудиторию и условия объявления	Не обвинять менеджера без проверки
Не доходят до просмотра	Разобрать подтверждение и доступ	Не считать назначение состоявшимся
После просмотра тишина	Посмотреть причины и следующий шаг	Не объяснять всё ценой рекламы
Всего два исхода	Продолжить сопоставимое наблюдение	Не объявлять вечного победителя

Гипотеза	Одно изменение	Как проверим

10. Итоговая записка руководителю

Заполненный вывод AP-16
За выбранную группу учтено 52 000 рублей расходов. Из 36 записей выделено 30 потребностей после четырёх повторов и двух тестов. К указанному срезу подтверждены два оплаченных результата. Цена обращения по рекламе 1 000 рублей, полная учтённая стоимость результата 26 000. Выборка мала; незавершённые исходы и неопределённые источники показываем отдельно.

В записке	Что приложить
Данные	Реестр затрат и список ID
Метод	Граница расходов, период, единица результата
Ограничения	Незавершённость и неполная атрибуция
Действие	Одна проверяемая гипотеза
Следующий срез	Дата и ответственный

Что решаем	На каком основании	Следующий контроль

Диагностическая карта Нейросистемы помогает разобрать процесс, если источники, обращения и исходы не соединяются в рабочем учёте. Она не заменяет подтверждение затрат и сделок.

Источники и проверка

Яндекс Метрика: отчёт Источники, расходы и ROI

Яндекс Метрика: передача расходов