Таблица тем, страниц входа и целевых действий

Сопоставьте интерес к теме и результаты страниц. Отделите доступные фразы, визиты, цели и обращения CRM; выберите одно проверяемое улучшение.



10 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Три заполненные строки, расчёт общей конверсии, шесть шагов анализа, 18 проверок и рабочие листы.

А, Б и В — учебные страницы. Числа вымышлены, реальные счётчики и CRM не проверялись. Связь скрытого запроса с конкретным обращением не восстанавливается.

Какой вопрос решает каждый отчёт

У статей появились поисковые визиты: нужно понять, какую тему и предложение материала улучшать дальше.

Вопрос	Отчёт / данные	Ограничение
Как нас находят	Доступные поисковые фразы	Список не полный
С чего начинается визит	Страницы входа	Не любое чтение статьи
Есть нужное действие	Выбранная цель	Клик не равен заявке
Появляемся ли в поиске	Вебмастер / Search Console	Клик не равен визиту

Подготовьте данные и условия

- Счётчик, период, источник, устройства и название модели атрибуции.
- Одна проверенная цель и описание её фактического действия.
- Три страницы входа с понятными темами и материалами.
- Отдельная выгрузка доступных фраз и отметка ограничений.
- Журнал изменений страницы и ответственный за проверку результата.

Вопрос, условия и два отчёта

1. Запишите вопрос

Решите, что сравниваете: видимость, входы, целевые действия или качество обращений.

Готово: Выбран один уровень результата.

Не делайте так: Назвать все числа трафиком или заявками.

2. Сохраните условия

Укажите период, источник, устройства, цель, фильтры и полную модель атрибуции.

Готово: Страницы сопоставлены в одинаковых условиях.

Не делайте так: Переключить модель и сравнить с прежним итогом.

3. Разделите отчёты

Читайте доступные фразы отдельно от страниц входа с целями. Отметьте скрытые данные.

Готово: Неизвестные запросы не дорисованы.

Не делайте так: Приписать контакт ключевой фразе статьи.

Какие данные действительно доступны?

Расчёт, гипотеза и продолжение

4. Посчитайте верно

Используйте целевые визиты / все визиты. Для общего итога сначала сложите числители и знаменатели.

Готово: Достижения не перепутаны с целевыми визитами.

Не делайте так: Усреднить проценты страниц с разным трафиком.

5. Выберите гипотезу

Сопоставьте тему, ответ статьи и предложение инструмента. Назовите одно конкретное изменение.

Готово: Есть проверяемая редакционная задача.

Не делайте так: Объявить малую выборку доказательством отсутствия спроса.

6. Проверьте продолжение

Зафиксируйте правку и условия сравнения. Обращения сверяйте отдельно по правилам CRM.

Готово: Изменение показателя не выдано за доказанную причинность.

Не делайте так: Считать срабатывания цели уникальными клиентами.

Что меняем и как принимаем результат?

УЧЕБНЫЙ ПРИМЕР

А, Б и В: объём и конверсия

Две учебные недели; поисковые переходы; модель «Последний переход»; одна цель успешного запроса материала. Числа не относятся к реальному проекту.

Страница	Визиты	Целевые визиты	Конверсия
А · планировки	200	10	5%
Б · расходы	80	8	10%
В · район	20	0	0%
Итого	300	18	6%

18 / 300 × 100 = 6%. Среднее (5% + 10% + 0%) / 3 = 5% здесь неверно. У А 12 достижений цели в 10 целевых визитах: 12 / 200 не является конверсией визитов. Число людей и сделок неизвестно.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
Б победила, А удаляем	А даёт больше целевых визитов; Б — большую долю.
В нет заявок — тема не нужна	20 визитов мало для категорического решения.
Скрытая фраза известна по теме	Фраза недоступна; известен результат страницы.

РЕДАКЦИОННОЕ РЕШЕНИЕ

От наблюдения к одной правке

Наблюдение	Гипотеза / проверка	Что не утверждаем
А: 200 / 10	Показать пример таблицы	Рост ещё не доказан
Б: 80 / 8	Проверить качество обращений	Восемь сделок не известны
В: 20 / 0	Проверить цель и предложение	Спрос не опровергнут
Фразы скрыты	Работать с известной темой	Не восстанавливать запрос



Три вопроса перед выводом

1. Что именно фиксирует выбранная цель?
2. Сопоставимы ли условия и единицы?
3. Какое одно изменение проверим следующим?

ОТМЕТЬТЕ ВЫПОЛНЕННОЕ

18 проверок отчёта

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

1. Условия отчёта

- [ ] **Счётчик.** Выбран правильный. Если нет: проверьте сайт.
- [ ] **Период.** Одинаковый для сравнения. Если нет: согласуйте даты.
- [ ] **Источник.** Поиск отделён от рекламы. Если нет: проверьте состав.
- [ ] **Атрибуция.** Название записано полностью. Если нет: уточните модель.
- [ ] **Тесты.** Правило исключения известно. Если нет: отметьте ограничения.
- [ ] **Цель.** Фактическое действие проверено. Если нет: пройдите сценарий.

2. Единицы и ограничения

- [ ] **Фразы.** Только доступные значения. Если нет: не придумывайте скрытые.
- [ ] **Вход.** Не перепутан с просмотром. Если нет: выберите нужный отчёт.
- [ ] **Визиты.** Не названы людьми. Если нет: подпишите единицу.
- [ ] **Достижения.** Отделены от целевых визитов. Если нет: проверьте повторы.
- [ ] **Итог.** Рассчитан из сумм. Если нет: не усредняйте проценты.
- [ ] **Клики.** Не приравнены к визитам. Если нет: сверьте определения.

3. Решение и продолжение

- [ ] **Тема.** Соотнесена с задачей. Если нет: уточните намерение.
- [ ] **Материал.** Обещан конкретный инструмент. Если нет: покажите пример.
- [ ] **Выборка.** Объём указан. Если нет: не делайте резкий вывод.
- [ ] **Правка.** Одна и с датой. Если нет: заведите журнал.
- [ ] **CRM.** Обращения сверены отдельно. Если нет: разберите дубли.
- [ ] **Вывод.** Пределы данных сохранены. Если нет: не приписывайте причинность.

РАБОЧИЙ ЛИСТ 1

Таблица тем и результатов

Для фраз запишите источник и период отдельно. Не соединяйте скрытые запросы с конкретными посетителями или контактами.

Период: _____ Цель: _____ Атрибуция: _____

Тема / страница	Визиты / целевые / доля	Условия / что неизвестно
Страница А		
Страница Б		
Страница В		
Итого		
Доступные фразы		

Общая конверсия из сумм: _____

Что осталось неизвестным: _____

Что проверим в первую очередь: _____

РАБОЧИЙ ЛИСТ 2

Лист изменений и приёмки

Разделите техническую проверку, редакционную гипотезу и вывод о результатах после изменения.

Страница / наблюдение	Гипотеза / одно изменение	Приёмка / дата / ответственный
Предложение гайда		
Проверка цели		
Продолжение общения		
Повторный отчёт		

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Всем контактам поставили ключ статьи. Разделите известное и предположение.

12 достижений стали 12 людьми. Проверьте единицу учёта.

Проценты усреднили без веса. Пересчитайте из сумм.

Реклама названа бесплатным поиском. Проверьте состав отчёта.

После правки рост объявлен доказанным. Уточните условия и альтернативные причины.

Согласуйте следующий шаг

Задание на анализ трёх страниц

«Сравниваем [страницы] за [период], источник [условие], атрибуция [полное название], цель [действие]. Отдельно смотрим доступные фразы и результаты входов. По [странице] гипотеза [что мешает]; меняем [один элемент]. Повторная проверка [дата и условия], обращения CRM сверяем отдельно».

Первое действие после чтения

Выберите три статьи и заполните визиты, целевые визиты и конверсию. Затем сформулируйте одну гипотезу о предложении материала. Скрытые фразы оставьте неизвестными.

Кто сверяет обращения в CRM: _____

Дата повторного отчёта: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Риелтору: от статьи к следующему разговору

Разберите тему, предложение материала, выдачу и продолжение общения. Диагностика помогает найти участок работы с обращениями, который стоит улучшить первым.

Пройти диагностику работы риелтора →

Проверено 17.09.2026 по справке Метрики, Вебмастера и Google Search Console. Учтены ограничения поисковых фраз и изменения моделей атрибуции в мае 2026 года.

Метрика: доступность поисковых фраз

Метрика: страницы входа

Метрика: модели атрибуции

Цели, достижения и целевые визиты

Вебмастер: статистика запросов

Search Console: отчёт эффективности