Один вопрос тесту: паспорт гипотезы и результата

Соберите паспорт гипотезы до запуска сравнения. Внутри две учебные формулировки, таблица обращений и качества, журнал условий и чек-лист приёмки.



12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Авторский комплект Нейросистемы риелтора. Варианты А и В и все результаты вымышлены. Это пример планирования, а не отчёт о рекламной кампании.

Паспорт одной гипотезы

Хотите проверить новый хук или состав предложения, но прежние попытки одновременно меняли аудиторию, страницу и обработку.

Часть паспорта	Учебное содержание	Граница
Аудитория	Собственники перед публикацией квартиры	Обслуживаемый регион
Материал	Пять проверок готовности к публикации	Один и тот же документ
Изменение	Формулировка предложения	Без новой услуги
Основной результат	Подходящее обращение от пользователя	Общее окно и правило квалификации

Что согласовать до сравнения

• Ситуация клиента и обещанный результат.

• Контрольная и новая версии предложения.

• Список одинаковых условий и маршрут выдачи.

• Способ распределения и единица анализа.

• Главный исход, окно и критерий качества.

• План завершения, журнал и ответственный.

Аудитория, обещание и версии

1. Выберите уровень изменения

Решите, сравниваете ли новое содержание предложения или формулировку одного и того же материала.

Готово: Вывод будет относиться к действительно изменённому элементу.

Не делайте так: Новую услугу выдают за проверку одного заголовка.

2. Опишите ситуацию аудитории

Укажите, кому нужен результат и что делает обращение подходящим. Проверьте понимание обещания до запуска.

Готово: Известна задача клиента и границы обещания.

Не делайте так: Любой скачавший файл назван целевым собственником.

3. Зафиксируйте контроль и новую версию

Сохраните тексты и одинаковые условия: содержание, форму, выдачу и обработку. Согласуйте распределение групп.

Готово: Можно восстановить, что именно сравнивалось.

Не делайте так: Одновременно меняются заголовок, аудитория и маршрут.

Что именно меняется

Результат, условия и решение

4. Определите основной результат

Выберите единицу, принятый исход, окно, квалификацию и дополнительные показатели. Заранее согласуйте анализ и остановку.

Готово: Есть критерий решения до появления первых данных.

Не делайте так: Главным становится показатель, который случайно вырос.

5. Проверьте маршруты и сохраните условия

Пройдите обе версии согласованным тестом. В ходе сравнения ведите журнал сбоев, правок и обработки.

Готово: Обещание выполняется одинаково, изменения видны.

Не делайте так: Победу объясняют оффером, хотя один файл недоступен.

6. Запишите вывод и следующий шаг

Покажите количества, доли, качество, ограничения и решение по плану. Сохраните паспорт для будущей работы.

Готово: Наблюдение отделено от установленного преимущества.

Не делайте так: Больше обращений автоматически названо лучшим результатом.

Что подтвердит полезность изменения

Больше обращений не всегда отвечает задаче

В каждой вымышленной группе по 500 пользователей с одинаковым окном. Принятые и подходящие обращения считаются без повторов, по одному правилу.

Показатель	Вариант A	Вариант B
Пользователи	500	500
Принятые обращения	30	40
Подходящие обращения	10	8
Все обращения / пользователи	6%	8%
Подходящие / пользователи	2%	1,6%

В B больше обращений, но ниже наблюдаемая доля подходящих от всей группы. Среди обращений подходящих примерно 33,3% в A и 20% в B. Эти числа ещё не устанавливают статистического победителя.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
Проверим новый оффер вообще	Проверим конкретную формулировку одного документа для собственников.
B дал 40 заявок и победил	Сверим основной показатель:8 подходящих из 500 против 10 из 500.
Заодно заменим форму и аудиторию	Сохраним условия либо честно изменим вопрос всего сравнения.

Решение зависит от выбранного вопроса

Наблюдение	Что уточнить	Следующее решение
Клики выросли	Основной исход и качество	Не объявлять победу только по кликам
Файл не открывается	Какой вариант затронут	Исправить сбой и оценить пригодность данных
Больше случайных запросов	Ожидание от обещания	Проверить формулировку и квалификацию
Менялась обработка	Кто и как отвечал	Сохранить ограничение сравнения
Данных мало	План объёма и анализа	Действовать по заранее заданным правилам
Преимущество обосновано	Сохранилась ли выдача	Перенести версию целиком с маршрутом

Три вопроса перед запуском

1. Какой один вопрос должен решить этот тест?

2. Что остаётся одинаковым, чтобы вывод был понятен?

3. Какой результат важен для работы агента, а не только для красивого отчёта?

18 проверок теста предложения

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

Вопрос и предложение

- [ ] **Уровень выбран.** Формулировка или пакет определены. Не приписывайте пакет одному слову.
- [ ] **Аудитория конкретна.** Названа ситуация клиента. Не зовите всех одновременно.
- [ ] **Польза понятна.** Человек знает, что получит. Не обещайте абстрактную помощь.
- [ ] **Хук честный.** Содержание выполняет обещание. Не гарантируйте недоказанную продажу.
- [ ] **Ожидание проверено.** Описание понято подходящим человеком. Не путайте интервью со спросом рынка.
- [ ] **Квалификация задана.** Есть одинаковый критерий. Не меняйте его ради варианта.

Условия и запуск

- [ ] **Версии сохранены.** Тексты можно восстановить. Не сравнивайте по памяти.
- [ ] **Одна гипотеза.** Изменение названо явно. Не меняйте всё вместе.
- [ ] **Группы объяснены.** Известен способ распределения. Не считайте любой показ случайным.
- [ ] **Основная метрика выбрана.** Критерий задан до результата. Не выбирайте удобную постфактум.
- [ ] **Окно одинаково.** Есть время для исхода. Не смешивайте зрелые и новые группы.
- [ ] **Выдача проверена.** Оба маршрута выполняют обещание. Не сравнивайте рабочее со сломанным.

Наблюдение и решение

- [ ] **Журнал ведётся.** Правки и сбои записаны. Не объединяйте скрытые версии.
- [ ] **Обработка сопоставима.** Контакты оцениваются одинаково. Не помогайте любимому варианту.
- [ ] **Знаменатели подписаны.** Пользователи и обращения различаются. Не смешивайте две доли качества.
- [ ] **Количество показано.** Можно проверить проценты. Не публикуйте только относительный рост.
- [ ] **Неопределённость учтена.** Достаточность проверена по плану. Не объявляйте победу по первым заявкам.
- [ ] **Решение сохранено.** Есть причина и следующий шаг. Не повторяйте тот же тест без памяти.

Паспорт аудитории и вариантов

Если меняется содержание услуги, вывод относится к пакету. Если проверяете формулировку, документ, условия и последующий путь должны соответствовать одному обещанию.

Ситуация клиента: _____

Аудитория / проблема / обещание	A / B / изменяемый элемент	Одинаковые условия / распределение

Один вопрос тесту: _____

Что осталось неизвестным: _____

Дата анализа по плану: _____

Показатели, ограничения и следующий шаг

Основной показатель выбирайте заранее. Не путайте долю подходящих среди всех пользователей с долей подходящих среди принятых обращений.

Метрика / окно / квалификация	Количества / доли / ограничения	Решение / причина / следующий шаг

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Всё изменилось. Аудитория, форма и материал переписаны одновременно.

Обещание не выполнено. Хук создаёт ожидание отсутствующей услуги.

Выдача различается. Один вариант ведёт на неверный материал.

Метрика подменена. После теста главным стал удобный показатель.

Общий победитель. Он объявлен без качества и неопределённости.

Согласуйте следующий шаг

Готовая структура гипотезы

Гипотеза: для аудитории ____ изменение ____ может улучшить ____. Контроль ____. Новая версия ____. Не меняем ____. Распределение и единица ____. Успех, окно и квалификация ____. План анализа и остановки ____. Проверка выдачи ____. Владелец и журнал изменений ____.

Первое действие после чтения

Выберите одно предложение, запишите его обещание и подготовьте две версии. До запуска заполните критерий качества и проверьте обе выдачи.

Владелец выдачи и обработки: _____

Изменения условий во время теста: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Что сейчас мешает получать подходящие обращения?

Диагностическая карта для риелтора поможет выбрать задачу между привлечением, понятностью предложения, выдачей материала и следующим контактом.

Выбрать задачу для улучшения →

14.10.2026 проверены первичные рекомендации Яндекс Директа и Google Ads о кампанийных экспериментах. Паспорт оффера, учебные формулировки и расчёты созданы самостоятельно.

Яндекс Директ: гипотеза и организация A/B-эксперимента

Google Ads: рекомендации по кампанийным экспериментам

Две формулировки одного материала

Пример проверяет описание, а не добавление новой услуги. Обещанный документ содержит ровно те пять проверок, о которых говорится в варианте B.

Часть	Вариант A	Вариант B
Заголовок	Чек-лист подготовки квартиры к продаже	Пять проверок перед публикацией объявления о квартире
Получаемый результат	Документ с пятью проверками	Тот же документ
Условия	Одинаковый согласованный способ получения	Те же условия
Обработка	Общий порядок дальнейшего контакта	Тот же порядок

Сначала запишите, чем материал помогает собственнику. В примере человек проверяет готовность к публикации. Не добавляйте обещание оценки квартиры, если внутри лишь подготовительный список. Не называйте его персональным планом, если документ одинаков для всех. Конкретность должна объяснять реальную пользу, а не маскировать другое содержание.

Если хотите сравнить чек-лист с персональной консультацией, это тоже возможная задача, но она относится к разным предложениям целиком. Поменяются трудозатраты, ожидания и условия. Назовите это в паспорте и не приписывайте итог отдельному слову заголовка. Один вопрос тесту позволяет сохранить понятный смысл результата.

Перед сравнением предложите подходящему участнику прочитать описание и объяснить ожидаемый результат. Не подсказывайте правильный ответ. Зафиксируйте расхождение между ожиданием и фактическим документом. Такое упражнение помогает убрать двусмысленность, но несколько ответов не заменяют измерение спроса или конверсии.

Сохраните точные версии текстов и файла. Пройдите оба пути в согласованном тестовом режиме: переход, форма, приём запроса, получение нужного материала. Если один вариант не выполняет обещание, это технический сбой, а не доказательство слабости формулировки. Не начинайте сравнение до устранения такой разницы.

Как читать результат, когда обращений больше

Учебные числа показывают, почему основной показатель и знаменатель нужно выбрать заранее. Оценка неопределённости проводится отдельно.

Расчёт	A	B
Обращения от пользователей	30 / 500 = 6%	40 / 500 = 8%
Подходящие от пользователей	10 / 500 = 2%	8 / 500 = 1,6%
Подходящие среди обращений	10 / 30 ≈33,3%	8 / 40 =20%
Действие по одним числам	Проверить план анализа	Не объявлять победу по 40 обращениям

Первая строка описывает склонность оставить любое принятое обращение. Вторая соответствует выбранной учебной задаче получать подходящие запросы от распределённой группы. Третья описывает состав пришедших обращений. Все три полезны, но не взаимозаменяемы. Разницу 2% и 1,6% нельзя называть долей качества среди контактов.

В примере B дал 10 дополнительных обращений, однако подходящих оказалось на 2 меньше. Это описание вымышленных данных, не вывод о вреде формулировки. Нужно проверить распределение, одинаковость критериев, зрелость исходов и статистическую неопределённость. Небольшое числовое отличие само по себе не устанавливает победителя.

Квалификацию применяйте одинаково и по возможности без знания варианта на первом этапе оценки. Критерии связывайте с задачей: собственник, подходящий регион, реальный запрос по продаже. Не объявляйте запрос целевым только потому, что человек скачал документ. Сохраните краткие причины несоответствия, чтобы увидеть проблему ожиданий.

Завершите паспорт решением по согласованному правилу. Если преимущества не установлено, так и укажите, затем определите разумный следующий шаг. Если выбираете вариант по простоте или ресурсу команды, назовите это управленческим основанием. Не превращайте ограниченные наблюдения в обещанный процент роста для следующей кампании.