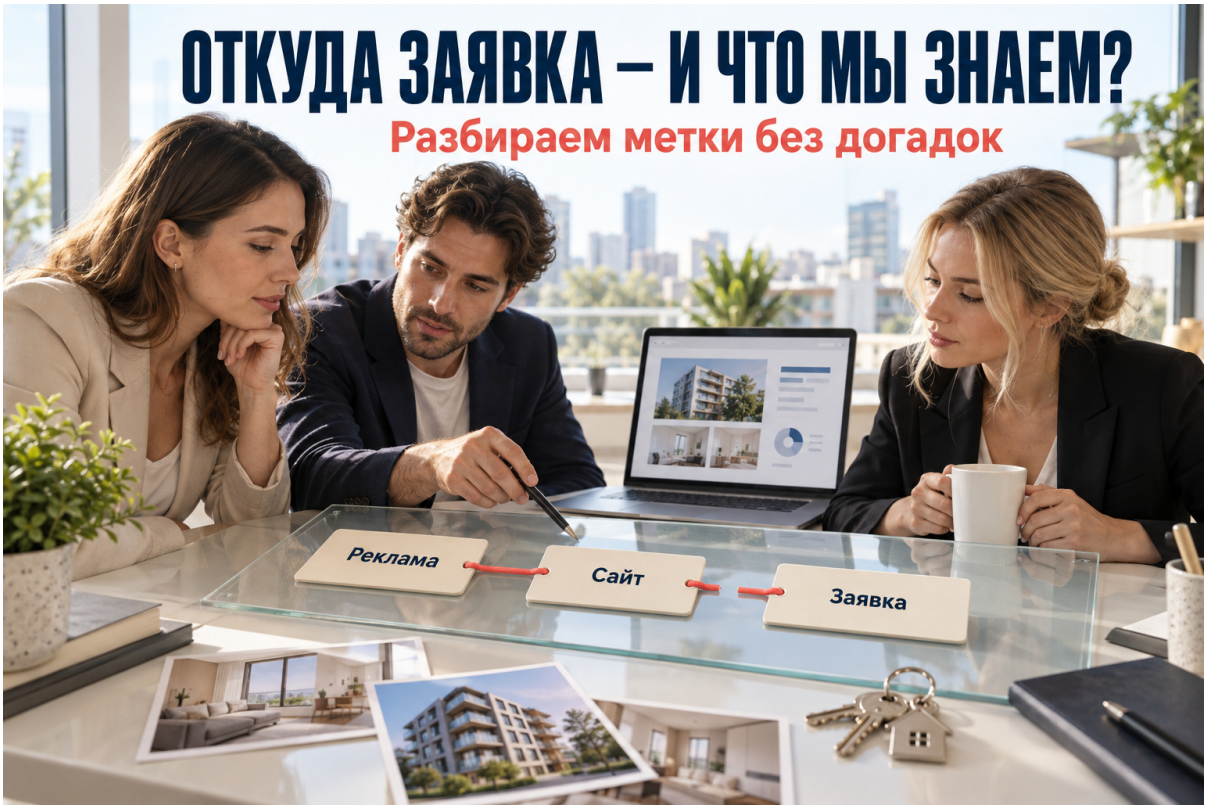
Метки без ложных выводов: словарь параметров рекламы

Разведите метку, условие показа, поисковую фразу и задачу клиента. Найдите конкретное место потери данных между рекламой, сайтом и карточкой.



12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

12 страниц · 6 шагов · 18 проверок

Авторские учебные записи. Значения и сценарии не являются выгрузкой проекта; реальные рекламные переходы, тестовые заявки и изменения интеграций не выполнялись.

Четыре понятия, которые нельзя смешивать

В карточке пустой или непонятный utm_term, а команда делает вывод об источнике и качестве заявки только по этому полю.

Слой	Что означает	Не подменяет
Метка	Переданное значение параметра	Точный запрос
Условие	Причину рекламного показа	Намерение клиента
Запрос	Формулировку в поиске	Готовность к договору
Задача	Подтверждённую потребность	Результат сделки

Что нужно для разбора метки

- Рекламный тип, объявление и полный шаблон ссылки.
- Словарь статических и динамических значений.
- Происхождение каждой проверяемой записи.
- Адрес перехода, первое открытие и карточка заявки.
- Правило первого и текущего источника.
- Тестовый сценарий, ответственный и версия словаря.

Словарь, условие и происхождение

1. Определите смысл каждого поля

Составьте словарь: название, статическое или динамическое значение, источник, допустимый вывод и место хранения. utm_term может содержать вручную заданную метку или подставленный ключ; ни то ни другое автоматически не становится точным запросом.

Готово: Каждое поле имеет зафиксированное определение.

Не делайте так: Переименовать любое значение utm_term в слова клиента.

2. Разведите условие и поисковую фразу

Проверяйте тип соответствия и условия показа по актуальной документации. rm относится к автотаргетингу, syn к семантическому соответствию. Служебное обозначение автотаргетинга не является фразой человека.

Готово: Команда понимает, что именно описывает параметр.

Не делайте так: Объявить пустой ключ прямым переходом без остальных признаков.

3. Сохраните происхождение записи

Укажите, откуда взят URL: редактор, ручное открытие, рекламный переход или карточка. Динамическая подстановка при ручном открытии шаблона не обязана происходить. Неподставленный параметр в реальном переходе требует отдельной проверки.

Готово: Наблюдение можно воспроизвести в правильном сценарии.

Не делайте так: Обвинить рекламу по вручную вставленному шаблону.

Откуда взялось наблюдаемое значение

Передача, отчёт и приёмка

4. Сверьте три точки передачи

Сопоставьте адрес перехода, параметры первого открытия и значения в заявке. Отметьте место потери. Первое знакомство и источник визита обращения храните отдельно, если так определена модель проекта.

Готово: Есть конкретная граница, на которой значение изменилось или исчезло.

Не делайте так: Склеить первое и последнее касание в одно безымянное поле.

5. Выберите подходящий отчёт

UTM смотрите в отчёте по UTM, дополнительные параметры — в подходящем отчёте по URL с его ограничениями. Поисковые формулировки разбирайте в Директе. Не прикрепляйте агрегированный запрос к человеку без подтверждённой связи.

Готово: Вопрос соответствует возможностям источника данных.

Не делайте так: Ожидать цели в отчёте, где они не поддерживаются.

6. Примите проверку и сохраните неизвестное

Проверьте передачу известных параметров на согласованном тесте без личных сведений в URL. Не дописывайте отсутствующий запрос. Зафиксируйте результат, тестовую метку, ответственного и версию словаря.

Готово: Подтверждено сохранение данных в указанном сценарии.

Не делайте так: Выдать успешный тест одной ссылки за проверку всех кампаний.

Где находится граница потери

Три записи без выдуманных ключей

Три вымышленные записи. Их смысл определяется известным происхождением значений, а не только названием поля utm_term.

Сценарий	Что известно	Допустимый вывод
Статическая метка	prodazha_kvartiry задано вручную	Это подпись, не точный запрос
Автотаргетинг	Ключ пуст; match=rm; placement=search	Есть признаки условия и площадки
Буквальный шаблон	В поле осталось {keyword}	Сначала выяснить способ открытия

Точный запрос ни одной записи не восстанавливается догадкой. Для пустого ключа остаются другие признаки источника; для буквального шаблона сначала проверяется происхождение URL.

Как сделать запись полезной

Общая оценка	Проверяемая запись
prodazha_kvartiry — слова клиента	Это статическая метка по нашему словарю.
Пустой ключ — прямой переход	Проверим другие признаки и передачу параметров.
Ручной шаблон не подставился — Директ сломан	Разведём обычное открытие и рекламный переход.

Наблюдение и проверяемая причина

Наблюдение	Проверить	Дальше
Метка пропала после перехода	Перенаправление и первое открытие	Исправить место потери
Сайт видит, карточка нет	Сохранение и передача полей	Проверить интеграцию
Первый источник не совпадает с текущим	Модель касаний и атрибуции	Подписать оба значения
Необычное служебное значение	Официальное определение поля	Не превращать в запрос
Нужна точная поисковая фраза	Доступный отчёт Директа	Сохранить ограничения связи

Три вопроса к значению метки

1. Кто и каким способом записал это значение?
2. На каком участке оно изменилось?
3. Что по этим данным действительно можно утверждать?

18 проверок меток и источника

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

Определения и происхождение

- [ ] **Словарь есть.** Каждое поле объяснено. Название не определяет смысл само.
- [ ] **Статика отмечена.** Известны вручную заданные значения. Подпись кампании не запрос.
- [ ] **Подстановка описана.** Параметр поддерживается нужным типом. Шаблон не всегда готовое значение.
- [ ] **Условие отдельно.** Автотаргетинг не назван фразой. Служебная строка не слова клиента.
- [ ] **Источник URL известен.** Редактор и переход различены. Ручное открытие не тест рекламной подстановки.
- [ ] **Неизвестное сохранено.** Пустота не заменена догадкой. Нет ключа не значит direct.

Передача и хранение

- [ ] **Адрес проверен.** Зафиксирован нужный сценарий перехода. Без происхождения вывод слабый.
- [ ] **Первое открытие сверено.** Параметры не потеряны до него. Поздний адрес не весь путь.
- [ ] **Перенаправление учтено.** Метки доходят до нужной страницы. Успешная загрузка не сохранение.
- [ ] **Заявка сопоставлена.** Поля приняты и видны в карточке. Значение на сайте не доказательство доставки.
- [ ] **Касания разделены.** Первый и текущий источник подписаны. Разные модели дают разные ответы.
- [ ] **Личных данных нет.** В URL только нужная техническая разметка. Телефон и переписка там не нужны.

Отчёт и приёмка

- [ ] **UTM и свои поля различены.** match не стандартная UTM-группировка. Произвольное имя не готовый отчёт.
- [ ] **Ограничения учтены.** В отчёте URL нельзя использовать цели. Не обещайте недоступную связку.
- [ ] **Запрос проверен отдельно.** Использован соответствующий отчёт Директа. Utm_term его не заменяет.
- [ ] **Связь не выдумана.** Агрегат не назначен конкретному клиенту. Совпадение времени недостаточно.
- [ ] **Тест обозначен.** Сценарий согласован и результат сохранён. Не смешивайте с настоящими заявками.
- [ ] **Версия словаря записана.** Изменения регистра и значений учтены. Нельзя незаметно переписать историю.

Ваш словарь параметров

Пишите «неизвестно», если происхождение не подтверждено. Не заполняйте точный поисковый запрос на основании статической метки.

Версия: _____ Объявление: _____

Поле / значение / происхождение	Смысл / допустимый вывод	Хранение / проверка / версия

Что подтверждено: _____

Что осталось неизвестным: _____

Что остаётся неизвестным: _____

Журнал проверки передачи

В примерах используйте условные идентификаторы. Рабочие тесты согласуйте и помечайте; контакты клиентов не размещайте в ссылках.

Сценарий / объявление / время	Переход / первое открытие / карточка	Потеря / решение / приёмка

Пять сигналов, при которых нужно уточнение

Ключ рекламодателя назван точным запросом. разделите понятия.

Пустое поле названо прямым переходом. проверьте остальные признаки.

Ручное открытие выдано за рекламный тест. укажите сценарий.

Сводный запрос прикреплён к человеку по догадке. уберите ложную связь.

Первое касание смешано с текущим. подпишите модель.

Согласуйте следующий шаг

Задание исполнителю интеграции

Для выбранного объявления проверьте подстановку и сохранение кампании, объявления, типа площадки и типа соответствия до карточки. Пустую фразу оставьте пустой. Сопоставьте адрес перехода, первое открытие и принятую заявку. Первый и текущий источник сохраняйте раздельно согласно модели проекта. Тестовую запись обозначьте.

Первое действие после чтения

Откройте одну обезличенную карточку с непонятным utm_term. Найдите происхождение значения и запишите допустимый вывод, прежде чем менять рекламные условия.

Ответственный за данные: _____

Проверенный сценарий: _____

Другие материалы Нейросистемы →

Источник понятен — как команда продолжает обращение?

Диагностическая карта для риелтора помогает связать привлечение с ответом, полезным материалом и следующим разговором. Найдите разрыв после правильного определения источника.

Проверить работу с обращением →

Документация Директа, API и Метрики проверена 14.10.2026. Значения динамических параметров сверяйте для своего типа объявления и реального сценария перехода.

Директ: параметры URL и динамические значения

API Директа: автотаргетинг и служебное условие

Метрика: обработка меток

Метрика: отчёт «Метки UTM»

Метрика: отчёт по параметрам URL

Директ: отчёт «Поисковые запросы»

Рабочий словарь: что означает каждое поле

Учебная схема для обсуждения со специалистом. Названия match и placement выбраны автором; они не являются стандартными UTM-полями.

Поле	Источник значения	Смысл
utm_source	Согласованная статика	Платформа перехода
utm_medium	Согласованная статика	Канал рекламы
utm_campaign	Например {campaign_id}	Кампания
utm_content	Например ad_{ad_id}	Объявление по словарю
utm_term	Статика или {keyword}	Метка либо ключ, не точный запрос
match	{match_type}	rm: авто; syn: семантика
placement	{source_type}	search: поиск; context: сети

Перед использованием подтвердите поддержку параметров для фактического объявления. Наличие фигурных скобок в рабочем шаблоне нормально; их буквальное сохранение после рекламного перехода требует проверки.

Значение ---autotargeting в соответствующих полях документации API обозначает автотаргетинг. Это не доказательство, что человек вводил такую строку. Нельзя автоматически ожидать одинаковое значение во всех произвольных метках сайта.

Для своего поля match используйте соответствующий способ просмотра параметров. Оно не становится новой стандартной UTM-группировкой только потому, что добавлено в URL.

Словарь должен содержать версию и владельца. Регистр и написание влияют на отчёты; не меняйте значения без учёта сохранённой истории.

Карта проверки передачи: заполненный пример

Учебный случай: кампания и объявление доходят до сайта, но объявление теряется при передаче карточки. Точный поисковый запрос неизвестен и не восстанавливается.

Точка	Наблюдение	Вывод
Переход	Кампания 501, объявление 902	Подстановка известных ID видна
Первое открытие	501 и 902 сохранены	До сайта значения дошли
Карточка	501 есть, 902 нет	Проверить передачу объявления
Поисковая фраза	Неизвестна	Не дописывать по названию кампании

Идентификаторы 501 и 902 условные. Найденный участок проверки — между сохранением данных сайта и карточкой. Пример не доказывает конкретную техническую причину: её выясняет исполнитель по реализации.

Приёмка должна повторить тот же сценарий и подтвердить ожидаемое значение в полученной карточке. Успех одного теста относится к проверенному маршруту, а не ко всем объявлениям аккаунта.

Если человек вернулся позже, разделите первое знакомство и источник визита обращения. Обе записи могут быть корректны при разных правилах атрибуции. Сначала согласуйте вопрос отчёта, затем сравнивайте цифры.

Согласованную тестовую заявку обозначают для команды. Этот учебный комплект ничего не отправляет и не меняет; он даёт структуру проверяемого поручения.