АНАЛИТИКА ВЫПУСКОВ · СТУДИЯ «ТИХАЯ МАСТЕРСКАЯ» · 08–10.2026

Что менять в рубриках: разбор двадцати четырёх выпусков

Пять площадок считают просмотры по-разному: у VK Видео порог пять секунд с 3 февраля 2026 года, у YouTube — тридцать секунд, Telegram показывает пост в ленте и просмотром это не называет. Сложив цифры из кабинетов, мы получили бы 724 332 просмотров. После снятия платного охвата, накрутки и разницы порогов остаётся 326 689 внимательных просмотров — в 2,2 раза меньше. Решение по рубрикам считается от второго числа, а не от первого.

326 689
внимательных просмотров

19 888
часов просмотра

674
подписок

1 057
переходов на сайт

1. Что сломано в данных и что с этим сделано

Проверка	Что нашли
Строк в выгрузке / выпусков / площадок	101 / 24 / 5
Удалён выпуск (страйк за музыку)	E09 — 1 строки
Платное продвижение	E02, E13, E21 — 6 строк, 45 000 ₽
Накрутка в Telegram	E16 — 1 строка
Нет данных об удержании	E01, E02, E03, E04, E05 — 19 строк
Удержание неполное (восстановлено вручную)	10 строк
Переименованы без замера	E06, E11, E14, E18, E22, E24 — 27 строк

Выпуск E09 снят по страйку: строки остались в выгрузке, но в средние не входят — иначе рубрика «Ошибки» теряет лучший выпуск и выглядит хуже, чем есть. Платное продвижение (45 000 ₽) убрано из органики и показано отдельной строкой: рекламодателю нельзя предъявлять охват, купленный за его же бюджет. Накрутка в Telegram видна по отношению показов к подписчикам: там, где оно выше единицы, просмотр не может быть просмотром.

2. Одна единица вместо пяти

Площадка	Строк	Заявлено	Внимательных	Коэф.	Методика
YouTube	23	358 893	219 025	1,00	просмотр от 30 секунд (длинные), Shorts — от старта
VK Видео	23	173 118	50 857	0,52	просмотр от 5 секунд (с 03.02.2026, старые не пересчитаны)
Дзен	17	18 773	12 014	0,64	дочитывание/досмотр по методике кабинета
Telegram	24	141 120	25 983	0,22	показ поста в ленте; просмотр — по раскрытию

Rutube	14	32 428	18 810	0,58	порог в кабинете не опубликован

Официально опубликованы два порога: VK Видео — пять секунд (пресс-релиз VK от 03.02.2026, старые просмотры не пересчитаны) и YouTube — тридцать секунд для длинных видео. Коэффициенты приведения к внимательному просмотру по остальным площадкам — оценка кейса, а не методика площадки; на странице это сказано прямо, чтобы цифру нельзя было выдать за официальную.

3. Решение по рубрикам

Рубрика	Вып.	Внимат.	Часы	Подп./ 1000	Перех./ 1000	Действия/ 1000	Интервал	₽ за действие	Решение
Разбор объекта	7	66 763	10 160	4,28	6,96	11,25	3.52–4.64	606	оставить
Ошибки, которые дорого стоят	7	179 287	1 586	0,95	0,84	1,79	0.77–0.99	327	переделать
Гость в мастерской	5	27 486	4 841	4,58	12,01	16,59	3.57–4.97	932	оставить, сменить формат
Дневник стройки	5	53 153	3 302	1,71	2,11	3,82	1.47–1.74	862	закрыть

Владелец хотел закрыть «Гостя» из-за удержания 23.6 %. Данные говорят обратное: рубрика даёт 16,59 действия на 1000 внимательных — больше всех — и 12,0 перехода на сайт, а это единственная метрика, которая приводит людей на страницу услуги. Закрывать нужно «Дневник»: 3,82 действия на 1000 при 862 ₽ за действие и тематическом дублировании «Разбора».

«Ошибки» дешёвые по охвату, но не по результату. 179 287 внимательных просмотров — самый большой охват, 327 ₽ за действие, дешевле всех. Но 0,84 перехода на сайт на 1000 — шортс никуда не ведёт. Это не повод закрывать рубрику, это повод достроить мост в длинный разбор.

4. Когда приходят просмотры

Рубрика	За первые 3 дня	После 7-го дня
Разбор объекта	48 %	22 %
Ошибки, которые дорого стоят	90 %	0 %
Гость в мастерской	37 %	34 %
Дневник стройки	68 %	7 %

Короткое умирает за сутки, длинное живёт месяц. Значит смотреть «итоги недели» по шортсам и по «Гостю» одной таблицей нельзя: у них разное время жизни, и недельный срез занижает длинные форматы почти втрое.

5. Что сделать за тридцать дней, не меняя сетку

1. Оставить сетку выпусков как есть — договор с рекламодателем запрещает менять её раньше чем через тридцать дней. Меняем упаковку, а не календарь.
2. У «Гостя» — главы и нарезка первых трёх минут отдельным выпуском. Цель: удержание с 24 % до медианы «Разбора» 43.7 %. Замер через четырнадцать дней по удержанию на третьей минуте, а не по просмотрам.
3. У «Ошибок» — в конце каждого шортса переход в полный разбор. Метрика моста: переходы с шортса на длинный выпуск, а не лайки.
4. «Дневник» — остановить производство, часы отдать «Гостю». Тему дневника не теряем: она уходит внутрь «Разбора» одним блоком.
5. Правило замера вместо A/B: один выпуск — одна правка, замер через четырнадцать дней. Переименованные выпуски (6 шт.) показывают медиану CTR 5,46 % против 4,68 % у остальных, и интервалы (5.29–6.0 и 4.45–5.05) не перекрываются. Разница есть, но приписать её обложке нельзя: правили выборочно просевшие выпуски и контрольного периода нет. Отсюда правило, а не вывод.

6. Что не закрыто

Первые пять выпусков без удержания — доступ к старому кабинету потерян, восстановить нельзя; удержание по ним стоит нулём в таблице, а не средним. По Rutube методика порога не опубликована, поэтому площадка идёт с оценкой, а не с фактом. Переходы на сайт считаются по метке, а на сайте за квартал девять визитов — на такой базе конверсию не считают, и в записке её нет: только абсолютные переходы. Два выпуска, восстановленные в кабинете вручную, дают неполное удержание — они помечены и в медианы не входят.

Записка собрана по выгрузке из пяти кабинетов и таблице выпусков. Данные кейса обезличены и моделированы; нормы площадок взяты из первоисточников. Решение по рубрикам принимает владелец, агент считает и показывает, откуда взято каждое число.