



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон и гайд по подготовке клиентской базы для хеширования

Пошаговая инструкция для эффективной загрузки контактов в рекламные кабинеты

Введение: Зачем нужна подготовка базы и хеширование?

Подготовка клиентской базы и ее хеширование — это критически важный этап для эффективного использования рекламных инструментов, таких как Customer Match в Google Ads, Яндекс Аудитории и VK Реклама. Эти технологии позволяют показывать рекламу людям, чьи контакты у вас уже есть (телефон, электронная почта), или, наоборот, исключать их из показов.

Основные преимущества:

- * Экономия бюджета: Исключение действующих клиентов из рекламных кампаний на привлечение новых позволяет избежать перерасхода. По данным экспертов, 20-30% показов может уходить на существующих клиентов, что приводит к потере 60-90 тысяч рублей ежемесячно при бюджете в 300 000 рублей (Aksanov.digital).
- * Повышение ROI: Снижение стоимости заявки на 15-40% после настройки исключений (Aksanov.digital).
- * Повышение лояльности: Клиенты не видят навязчивую или нерелевантную рекламу, что предотвращает раздражение и выгорание аудитории. Частота показов выше 5-7 раз в месяц вызывает негатив.
- * Точность таргетинга: Возможность создавать look-alike аудитории на основе качественных данных, находя новых пользователей, максимально похожих на ваших текущих клиентов (TolkaDigital).
- * Защита данных: Хеширование обеспечивает конфиденциальность персональных данных пользователей, преобразуя их в необратимые строки символов (SHA-256), что соответствует требованиям 152-ФЗ и GDPR (TolkaDigital).

Основные требования к данным

Email-адреса

Всегда в нижнем регистре, без пробелов до и после, без лишних символов. Пример: user@example.com

Номера телефонов

Единый формат с кодом страны, без пробелов, скобок, дефисов и других разделителей. Пример: +79XXXXXXX или 79XXXXXXX. Для Google Ads предпочтителен формат E.164.

Дополнительные поля (для Google Ads)

Имя, фамилия, город, регион, почтовый индекс. Эти данные также должны быть нормализованы (нижний регистр, без лишних символов) для повышения match rate. Использование нескольких идентификаторов значительно увеличивает процент совпадений.

Пошаговая инструкция по подготовке файла

❑ Выбор формата файла

Используйте CSV (Comma Separated Values) или TXT (текстовый файл). Убедитесь, что разделитель полей (запятая, точка с запятой или табуляция) выбран корректно и не используется внутри самих данных.

❑ Кодировка файла

Сохраняйте файл в кодировке UTF-8. Это гарантирует корректное отображение всех символов, особенно если в данных присутствуют нелатинские буквы.

❑ Очистка от дублей

Удалите все дублирующиеся записи. Это можно сделать с помощью функций Excel ('Удалить дубликаты') или специализированных скриптов.

❑ Очистка от невалидных значений

Удалите записи с некорректными email-адресами (например, без символа '@' или домена) и неверными номерами телефонов (несоответствующий формат, недостаток цифр).

❑ Нормализация данных

Приведите все email-адреса к нижнему регистру и удалите пробелы. Приведите телефоны к единому формату (например, +79XXXXXXX). Это критически важно для высокого match rate. Типичный match rate для email-баз составляет 20–40%, но при правильной нормализации может достигать 70–85% (Aksanov.digital).

❑ Пример CSV-файла

Создайте файл, где каждая строка — это один контакт, а поля разделены запятыми. Пример:
email,phone,first_name,last_name
user1@example.com,+79123456789,Иван,Иванов
user2@example.com,+79234567890,Мария,Петрова

Гайд по хешированию SHA-256

Хеширование — это одностороннее преобразование данных в строку фиксированной длины (хеш). Алгоритм SHA-256 (Secure Hash Algorithm 256) является стандартом для рекламных платформ. Он обеспечивает конфиденциальность, так как из хеша невозможно восстановить исходные данные, но позволяет системам сопоставлять хешированные данные с их внутренними записями.

Почему это важно: Рекламные платформы принимают только хешированные данные для защиты конфиденциальности пользователей и соответствия законодательству о персональных данных (152-ФЗ, GDPR). Обезличенный хеш не является персональными данными, что снижает риски при передаче базы (TolkaDigital).

Пример кода на Python для хеширования email/телефонов:

```
```python
import hashlib

def hash_sha256(data):
 return hashlib.sha256(data.encode('utf-8')).hexdigest()

Пример использования для email
email = "user@example.com"
hashed_email = hash_sha256(email.strip().lower())
print(f"Исходный email: {email}")
```

```

print(f"Хешированный email: {hashed_email}")
Пример использования для телефона
phone = "+79123456789"
hashed_phone = hash_sha256(phone.strip())
print(f"Исходный телефон: {phone}")
print(f"Хешированный телефон: {hashed_phone}")
Пример хеширования списка данных
data_to_hash = [
 "user1@example.com",
 "79234567890",
 "+79876543210"
]
hashed_list = [hash_sha256(item.strip().lower() if '@' in item else item.strip()) for item in
data_to_hash]
print(f"Хешированный список: {hashed_list}")
...

```

### ### Инструкции для использования онлайн-хешеров:

Если у вас нет навыков программирования, вы можете использовать онлайн-инструменты для хеширования. Будьте осторожны при выборе сервисов и убедитесь в их надежности, так как вы передаете конфиденциальные данные.

\* Online SHA256 Hash Generator: <https://www.freeformatter.com/sha256-generator.html>

\* SHA256 Online: <https://emn178.github.io/online-tools/sha256.html>

Важно: Перед хешированием убедитесь, что данные нормализованы (нижний регистр для email, единый формат для телефонов, без пробелов). Онлайн-инструменты не выполняют нормализацию автоматически.

### ### Пример хешированных данных:

Исходные данные	Хешированные данные (SHA-256)
user@example.com	9a8a7c6b5a4a3a2a1a0a9a8a7a6a5a4a3a2a1a0a9a8a7a6a5a4a3a2a1a0a9a8a
+79123456789	0b1c2d3e4f5a6b7c8d9e0f1a2b3c4d5e6f7a8b9c0d1e2f3a4b5c6d7e8f9a0b1c

## Советы по повышению Match Rate

### □ Использование нескольких идентификаторов

Загружайте не только email или телефон, но и дополнительные данные, такие как имя, фамилия, город, регион, почтовый индекс. Рекламные платформы используют эти поля для более точного сопоставления с профилями пользователей, что заметно увеличивает match rate (Aksanov.digital).

### □ Актуальность базы

База должна быть «свежей». Контакты, которые не использовались 2–3 года, часто не совпадают с реальными пользователями рекламных платформ. Рекомендуется обновлять списки исключений ежемесячно, а при высокой динамике продаж — еженедельно.

### □ Проверка качества данных

Регулярно проверяйте базу на наличие ошибок, дублей и невалидных контактов. Частые ошибки, такие как пробелы и заглавные буквы в адресах, дубли, устаревшие контакты, могут снизить match rate до 1–2% (Aksanov.digital).

### □ Минимальный размер списка

Для Google Ads список клиентов должен содержать минимум 100 активных участников для использования целей жизненного цикла. Для построения look-alike аудиторий в VK требуется минимум 300 человек, в Яндекс.Аудиториях — 1000, рекомендуемый — 3000–10000 (TolkaDigital).

#### ☐ **Согласие на обработку данных**

Убедитесь, что у вас есть согласие клиентов на обработку их персональных данных в маркетинговых целях (152-ФЗ, GDPR). Это снижает юридические риски.

## **Типичные ошибки при подготовке базы**

<b>Ненормализованные данные</b>	Email-адреса с заглавными буквами, пробелами, или телефоны в разных форматах (например, с дефисами, скобками). Это приводит к низкому match rate.
<b>Устаревшая база</b>	Использование контактов, собранных несколько лет назад. Такие данные имеют низкий процент совпадений с активными пользователями рекламных платформ.
<b>Отсутствие хеширования</b>	Попытка загрузить нехешированные данные. Рекламные платформы отклонят такой файл из соображений безопасности.
<b>Неправильный формат файла/кодировка</b>	Файл не в CSV/TXT, или имеет некорректную кодировку (не UTF-8), что приводит к ошибкам при загрузке.
<b>Дубликаты и невалидные контакты</b>	Наличие дублирующихся записей или контактов с явными ошибками (например, email без '@'). Это снижает качество базы и match rate.
<b>Недостаточный объем базы</b>	Для некоторых функций (например, look-alike аудитории) требуется минимальный объем базы. Если база слишком мала, функция может быть недоступна или неэффективна.

## **Чек-лист перед загрузкой в рекламный кабинет**

- ☐ Все email-адреса приведены к нижнему регистру и не содержат пробелов.
- ☐ Все номера телефонов приведены к единому формату с кодом страны (например, +79XXXXXXXXXX).
- ☐ Файл очищен от дубликатов.
- ☐ Файл очищен от невалидных email-адресов и номеров телефонов.
- ☐ Все данные, которые будут загружены, хешированы с использованием SHA-256.
- ☐ Файл сохранен в формате CSV или TXT.
- ☐ Кодировка файла установлена как UTF-8.
- ☐ Есть согласие пользователей на обработку их данных для маркетинговых целей.
- ☐ База актуальна (обновлена не позднее 1-3 месяцев).
- ☐ Аккаунт Google Ads имеет достаточную историю активности для использования Customer Match (если применимо).

# Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу



 [rocketlab.bz](https://rocketlab.bz)

 [@rocketlab](https://t.me/rocketlab)