

Где теряются продажи

8 проверок для собственника и руководителя отдела продаж. Отметьте пункты, по которым есть проблема или пока нет данных. Это список гипотез для проверки, а не оценка упущенной выручки.

Подготовьте факты за один период

Возьмите последние 30 дней: заявки из каналов, сделки и задачи из CRM, оплаты, 10 звонков. Для длинного цикла продаж отдельно посмотрите сделки, начатые раньше. Сравнивайте одинаковые периоды и группы клиентов.

☐ 01. Все ли обращения попадают в работу?

Сверьте заявки с сайта, звонки и сообщения с CRM. Проверьте дубли, обращения без ответственного и назначения на уволенных сотрудников.

☐ 02. Как быстро отвечают клиенту?

Посмотрите время от обращения до первого содержательного ответа. Отдельно проверьте вечерние и выходные заявки; сравните факт с вашим стандартом.

☐ 03. У каждой активной сделки есть следующий шаг?

Найдите сделки без задачи, даты контакта или ответственного. Проверьте, что обещали клиенту и что сделали на самом деле.

☐ 04. Почему сделки закрывают как проигранные?

Выберите 10 отказов. Сопоставьте причины в CRM со звонками и перепиской: цена, сроки, отсутствие ответа, неподходящий продукт или другое.

От наблюдений к действию

Продолжите проверку. По каждому найденному разрыву зафиксируйте конкретные сделки и владельца следующего действия.

☐ 05. Какие каналы доходят до оплаты?

Свяжите источник, сделку и оплату. Проверьте неизвестные источники и дубли. Сравнивайте стоимость привлечения с маржинальным доходом, а не только с выручкой.

☐ 06. Есть ли работа после первой покупки?

Выделите клиентов, которым актуальны повторный заказ, обслуживание или дополнение к покупке. Проверьте, кто и когда связывается с каждым сегментом.

☐ 07. Помогают ли менеджеры принять решение?

В 10 звонках проверьте: выяснена ли задача, объяснено ли предложение, разобраны ли возражения, согласован ли следующий шаг. Выпишите примеры.

☐ 08. Действительно ли оплачены выигранные сделки?

Сопоставьте CRM и учёт: оплаты, возвраты, отмены и дубли. Отдельно посмотрите, где исполнение или передача заказа задерживают следующую продажу.

Выберите одно изменение на ближайшую неделю

Проблема и подтверждающие сделки: _____

Что меняем / ответственный / дата: _____

Какой показатель проверим до и после: _____

Нужен разбор на ваших данных? [Анализ потерь в маркетинге и продажах](#). Не складывайте суммы пересекающихся сделок и не считайте весь их объём гарантированно потерянной выручкой.