



упакуем.рф

МАРКЕТИНГ КАК ИНЖЕНЕРНАЯ СИСТЕМА

● ОБЕЗЛИЧЕННЫЙ ОБРАЗЕЦ ОТЧЁТА

Аудит отдела продаж

Как выглядит наш отчёт на выходе. Компания и цифры обезличены и приведены как типичные для среднего B2B-производства — в вашем аудите на их месте будут ваши данные и ваши записи звонков.

КЛИЕНТ <i>Условная</i> производство металлоконструкций	ПЕРИОД <i>Q2 2026</i> 6 месяцев данных	ПРОАНАЛИЗИРОВАНО <i>90</i> звонков + выгрузка CRM	ВОЗВРАТ <i>≈12,1 млн</i> ₽/квартал на 2 правках
---	--	---	---

Заявки уже куплены. Они *не доходят до договора*

Из 100 целевых заявок до договора доходит 41. Разрыв не в рекламе — он в отделе продаж, на конкретных переходах воронки. Восстановимая часть на первых двух правках — около 12,1 млн ₽ за квартал, без дополнительного рекламного бюджета.

КОНВЕРСИЯ В ДОГОВОР 41% целевая реалистичная — 55%	ОТКЛИК НА ЗАЯВКУ 38 мин норматив B2B — 5 минут	ЗАВИСИХ СДЕЛОК 31% воронки без движения	ПОЛЕ «ИСТОЧНИК» 34% сделок пустое
---	---	--	--

Три действия с наибольшим эффектом

#	ЧТО СДЕЛАТЬ	СРОК	ЭФФЕКТ ЗА КВАРТАЛ
1	Регламент отклика «5 минут» + авто-распределение заявок с уведомлением	2 недели	+3,1 млн ₽
2	Скрипт квалификации (4 минуты) + чек-лист целевого клиента в CRM	2 недели	+4,2 млн ₽
3	Цепочка касаний после КП: звонок +3 дня, письмо +7, касание +14	3 недели	+2,8 млн ₽

Как читать отчёт. Дальше — четыре документа: карта утечек в рублях, размеченная выборка звонков (можно переслушать и проверить), ревизия CRM и воронки, приоритизированный план. Часть пунктов помечена «сделайте сами» — они ничего не продают.

Где теряются деньги — *в рублях за квартал*

Каждая точка потери переведена в деньги на исходной картине: 480 заявок в квартал, конверсия в договор 41%, средний чек 180 000 ₽ (выручка ≈35,4 млн ₽/квартал). Для каждой строки указано, на каких данных основана оценка.

ТОЧКА УТЕЧКИ	ПОТЕРЯ	₽ / КВАРТАЛ	НА КАКИХ ДАННЫХ
Качество квалификации	–24%	4,2 млн	90 звонков: в 38% квалификация не проводилась; до 40% обращений нецелевые
Скорость отклика	–18%	3,1 млн	телефония: медиана отклика 38 мин против норматива 5; в 65% случаев выигрывает первый
КП → договор	–16%	2,8 млн	CRM: 61% сделок после отправки КП без следующего касания с датой
Возврат «думающих»	–14%	2,4 млн	CRM: 143 сделки переведены в «отказ» без реактивации за квартал
Реактивация базы	–9%	1,6 млн	≈2 800 контактов без касаний более 12 месяцев

★ ВЫБОР БОЛЬШИНСТВА

Итог

Валовая сумма утечек — до 14,1 млн ₽/квартал. С поправкой на пересечения (одна сделка теряется один раз) восстановимо реалистично **≈12,1 млн ₽** на первых двух правках — квалификации и отклике.

Почему это дешевле рекламы

Чтобы получить те же +67 сделок наращиванием рекламы при неизменной конверсии, пришлось бы докупить ≈160 заявок в квартал — шестизначный бюджет ежеквартально против разовой правки процесса.

Не «нам показалось» — *размеченные записи*

Выборка из трёх групп: выигранные, проигранные и зависшие сделки. Каждый разговор размечен по чек-листу из шести критериев. Собственник может послушать те же записи и проверить разметку — ссылки на записи прилагаются к рабочему отчёту.

Звонок А — выигранная сделка менеджер И., 7 мин 20 сек 5 вопросов до презентации продукта ✓ квалификация: бюджет, сроки, ЛПР, задача ✓ следующий шаг с конкретной датой ✓ договорённость зафиксирована в CRM ✓ Разговор идёт по нужному сценарию: сначала диагностика, потом предложение. Такой рисунок звонка нужно перенести в скрипт как образец.	Звонок В — проигранная сделка менеджер К., 3 мин 05 сек вопросы до презентации ✗ квалификация проведена ✗ следующий шаг с датой ✗ фиксация в CRM ✗ Классическая потеря: менеджер сразу начал рассказывать о компании, закончил на «направлю вам КП» без даты. Клиент ушёл сравнивать к конкурентам.	Звонок С — зависшая сделка менеджер И., 9 мин 44 сек вопросы и квалификация ✓ тон под сегмент ✓ следующий шаг с датой ✗ фиксация в CRM ✗ Хороший разговор без завершения: следующий шаг не назначен, сделка «висит» в CRM 47 дней. Теряется не из-за качества, а из-за отсутствия дисциплины касаний.
--	---	---

Вывод по выборке. Проблема не в людях: тот же менеджер И. проводит эталонный звонок А и упускает сделку С только потому, что не зафиксирован следующий шаг. Значит, чинить надо систему касаний и дисциплину CRM, а не состав отдела.

Данные, по которым *нельзя управлять*

Заполняемость полей

Поле «источник» пустое в **34%** сделок. Сквозной аналитики фактически нет: решения о рекламном бюджете принимаются вслепую, ROMI по каналам не считается.

Зависшие сделки

31% открытых сделок не двигались дольше среднего цикла (54 дня). Это не «клиент думает» — это деньги, которые никто не списал и не вернул в работу.

Воронка ≠ процесс

Между этапами «КП отправлено» и «переговоры» конверсия **96%** — этап формальный, менеджеры двигают сделки для отчётности. Один из этапов лишний.

Мотивация

Бонус завязан на объём выручки — менеджеры избегают сложных высокомаржинальных заказов в пользу быстрых. Схема мотивации работает против маржи компании.

Что чинится за месяц. Обязательность поля «источник» и «следующий шаг» на уровне CRM, удаление лишнего этапа воронки, пересбор схемы мотивации на маржу и целевые активности. Это правки конструкции, а не «работа с людьми».

Приоритет по деньгам и срокам

План отсортирован по возврату на усилие. Колонка «Кто» показывает честно: часть пунктов компания закрывает сама, без подрядчика.

ЧТО ДЕЛАЕМ	ПРИОРИТЕТ	СРОК	ЭФФЕКТ/КВ	КТО
Регламент отклика «5 минут» + авто-распределение	P0 · критично	2 недели	+3,1 млн ₽	мы + ваш РОП
Скрипт квалификации + чек-лист в CRM	P0 · критично	2 недели	+4,2 млн ₽	мы
Цепочка касаний после КП (3/7/14)	P1 · высокий	3 недели	+2,8 млн ₽	мы
Обязательность полей «источник» и «след. шаг»	P1 · высокий	3 дня	база аналитики	сами
Удалить лишний этап воронки	P2 · средний	1 день	чистота данных	сами
Воронка «думаем» + реактивация базы	P2 · средний	4 недели	+4,0 млн ₽	мы
Пересбор схемы мотивации на маржу	P1 · высокий	1 месяц	маржинальность	мы + собственник

Следующий шаг

На бесплатном профит-аудите за 60 минут разберём ваши цифры и покажем такую же карту утечек на ваших данных — без презентаций и продаж, только конкретика.

Это образец

Компания, звонки и цифры обезличены и типизированы. В вашем отчёте — ваша воронка, ваши записи звонков и ваши суммы потерь. Полный текст методологии — в статье «Как проходит аудит отдела продаж».

УПАКУЕМ.РФ · 000 «КЕЛЕВРО» · ИНН 6162069399
8 800 600-80-96 · INFO@УПАКУЕМ.РФ · @УПАКУЕМ_RF

