

Качество отдела продаж

- [Оценка ОП \(балл 0-10\)](#)
- [Горячесть лидов](#)
- [Работа с возражениями](#)
- [Рейтинг менеджеров](#)
- [Скорость обработки заявки](#)

Оценка ОП (балл 0–10)

«ОП» — отдел продаж. Одна цифра **«Итог периода»** показывает общее «здоровье» отдела за выбранный период. Удобна, чтобы следить за динамикой: растёт от недели к неделе — отдел работает лучше.

Из чего складывается

Четыре составляющие, каждая — по шкале от 0 до 10:

Составляющая	Что означает
Готовность	Насколько «горячие» клиенты пишут (в среднем по оценкам ИИ)
Скрипт	Насколько менеджеры делают обязательные шаги разговора: выявляют потребность, называют цену, предлагают запись
Возражения	Насколько менеджеры справляются с сомнениями клиентов («дорого», «подумаю»)
Конверсия	Из закрытых сделок — какая часть закончилась продажей, а не отказом

Итоговый балл — среднее этих составляющих. Если по какой-то составляющей данных ещё нет, она просто не учитывается (а не считается нулём).

Как пользоваться

- **Смотреть динамику**, а не абсолют: 6.2 → 6.8 за месяц — хороший знак.
- Если балл упал — посмотреть на четыре плитки, **что именно** просело: клиенты стали холоднее (вопрос к рекламе) или менеджеры хуже отработывают (вопрос к обучению).

Пример

Итог периода 3.1: готовность 3.9, скрипт 0.6, возражения 4.7, конверсия 3.3. Сразу видно узкое место — скрипт: менеджеры почти не делают обязательные шаги (не выясняют потребность, не называют цену, не предлагают запись). Это первая тема для обучения — и самый быстрый способ поднять общий балл.

Честная оговорка

Балл сравнивайте с самим собой в прошлом периоде, а не с «идеальной десяткой»: десятки не бывает даже у отличной команды.

Горячность лидов

ИИ читает каждую переписку и оценивает, **насколько клиент готов купить** — от «случайный человек» до «готов платить». Карточка показывает, каких клиентов больше. Оцениваются только переписки, которые ИИ уже разобрал.

Четыре группы

Группа	Кто это
Горячий	Готов записаться на пробное или оплатить. Спрашивает «как записаться», «куда платить».
Думает	Интерес есть, но сомневается: сравнивает, уточняет цену, советуется.
Слабый интерес	Спросил и пропал, отвечает вяло.
Отказ / ошибка	Отказался или вообще обратился не по адресу.

Над группами — строка **«Отказы целевых лидов»**: сколько разобранных переписок закончились отказом настоящего потенциального клиента. Ноль — отлично; если цифра растёт, причины смотрим в карточке «Отказы целевых лидов».

Как пользоваться

- **Много горячих** — реклама приводит правильных людей; главное — не терять их (смотрите «Клиент без ответа» и «Скорость обработки заявки»).
- **Много слабых и отказов** — трафик холодный или нецелевой; вопрос к рекламе.
- **Горячие есть, а продаж нет** — клиенты хотят, но их не дожимают; вопрос к менеджерам.

Пример

Из 73 оценённых переписок: 3 горячих, 17 думают, 53 слабый интерес. Читается так: настоящих покупателей около двадцати, и в первую очередь нужно идеально отработать 3 горячих — они уже готовы платить, — и дожать 17 сомневающихся.

Работа с возражениями

Возражение — это сомнение клиента: «дорого», «мне надо подумать», «неудобное расписание». ИИ находит их в переписках и смотрит, **как менеджер ответил**.

Что показывает карточка

- **Топ-3 проблемных** — три возражения, с которыми команда справляется хуже всего: как часто встречается и какой процент отработки.
- **Все возражения** — полный список: сколько раз встретилось, доля от всех возражений и отработка.
- **«Что усилить»** — вывод внизу карточки: возражения с самой слабой отработкой, по которым в первую очередь нужен готовый ответ.

Отработка, % — насколько убедительно менеджеры в среднем отвечают на это возражение. 100% — ответили убедительно, 0% — проигнорировали или сдались.

Почему типы считаются отдельно

Если смешать все возражения в одну среднюю цифру, проблема спрячется: например, «дорого» обрабатывается на 10%, а «расписание» на 70% — в среднем выйдет приличных 40%, и провал по цене никто не заметит. Поэтому каждый тип — отдельной строкой.

Как пользоваться

Ищите сочетание **«встречается часто + отработка низкая»** — это готовая тема для обучения менеджеров. Блок «Что усилить» подсказывает такие темы сам.

Пример

«Не вовремя / расписание» встретилось 16 раз, отработка 54% — почти в половине случаев менеджер не смог предложить удобный вариант. Нужен готовый ответ: вечерние группы, выходные, соседний филиал.

Оговорка

ИИ видит возражения только в переписках, которые уже разобрал. Чем больше разобрано, тем точнее картина.

Рейтинг менеджеров

Таблица сравнивает менеджеров между собой за выбранный период. Переключатель «На странице» справа сверху меняет, сколько строк показывать.

Колонки

Колонка	Что означает
Диалогов	Сколько переписок вёл менеджер
Сообщений	Сколько сообщений в его переписках
Скрипт	Насколько менеджер выполняет обязательные шаги разговора: выявить потребность, назвать цену, предложить запись
Дожим	Насколько хорошо отвечает на сомнения клиентов («дорого», «подумаю») и доводит до решения
Продажи	Сколько его сделок закончились оплатой
Оценка	Итоговый балл менеджера по качеству работы
Δ нед.	Как оценка изменилась по сравнению с прошлой неделей: ▲ выросла, ▼ упала

Как диалог закрепляется за менеджером

Переписку могли вести несколько сотрудников — диалог засчитывается тому, кто написал в нём больше всех сообщений. Переписки, где ни один сотрудник не ответил, ни за кем не закрепляются.

Как пользоваться

- **Объём против результата.** Сравнивайте «Диалогов» с «Продажами»: у одного менеджера 68 переписок и 20 продаж, у другого 46 и 6 — разница в отдаче видна

сразу, независимо от загрузки.

- **Качество.** Низкий «Скрипт» при нормальном объёме — менеджер торопится и пропускает шаги; низкий «Дожим» — сдаётся при первом «дорого». И то и другое лечится обучением, конкретные примеры — в разборах его переписок.
- **Δ нед.** подсказывает, на кого обратить внимание на этой неделе: у кого оценка падает — поговорить, у кого растёт — отметить.

Скорость обработки заявки

Карточка показывает, **как быстро менеджеры отвечают на первое сообщение клиента** — и как скорость ответа влияет на продажи.

Как считается

Для каждой переписки берётся время между первым сообщением клиента и первым ответом сотрудника. Все переписки раскладываются по четырём корзинам:

- **до 5 минут**
- **5-30 минут**
- **30+ минут**
- **на следующий день**

По каждой корзине видно: сколько было таких заявок, в скольких клиент продолжил общение после ответа («ответили»), и какая доля дошла до покупки (процент над столбиком).

Две подсказки внизу

- **«Лучший интервал»** — какая скорость ответа даёт лучшую конверсию и во сколько раз она выше остальных.
- **«Просадка»** — сколько заявок ждали ответа слишком долго и сколько денег это примерно стоило. Это оценка, а не точный факт, но порядок цифры честный.

Почему это важно

Клиент, который написал в мессенджер, обычно пишет ещё двум-трём конкурентам. Покупает тот, кто ответил первым, пока интерес горячий. Через час клиент уже записался к другим или передумал.

Как пользоваться

- Смотрите, какая доля заявок попадает в «30+ минут» и «на следующий день» — это зона потерь.
- Организационные решения: дежурства в мессенджерах, уведомления о новых обращениях, автоответ в нерабочее время.

Пример

71 заявка ждала ответа больше 30 минут — потенциальная потеря около 14 325 ₽. Если поставить дежурного, который отвечает в первые минуты, эти деньги перестанут утекать — каждый месяц.