

Качество лидов

Карточка отвечает на вопрос: **насколько «настоящие» клиенты к нам приходят — и из каких каналов.**

Определения

- **Заявка (лид)** — переписка, по которой в CRM завели сделку.
- **Некачественная заявка** — пустое обращение: не дозвонились / клиент перестал отвечать, уже купил у конкурентов, не готов сейчас, нет нужной ему услуги.
- **Качественная** — всё остальное: настоящий потенциальный клиент.

Что показывается

- **Большая диаграмма** — из всех заявок за период: сколько качественных (%) и какая доля дошла до продажи (конверсия).
- **Кнопки каналов сверху** — те же цифры отдельно для Telegram, Instagram, Facebook и сайта: нажмите канал — диаграмма пересчитается.
- **«Почему остальные заявки — некачественные»** — список причин с количеством: из-за чего заявки отсеялись.

Зачем это нужно

Это карточка **про рекламу, а не про менеджеров**. Если один канал приводит втрое более «настоящих» людей, чем другой, рекламный бюджет стоит перераспределять — а не ругать отдел продаж за низкую конверсию по «грязному» каналу.

Но одна причина некачественности всё же про отдел: «не дозвонились / не отвечает». Если она лидирует — часть «некачественных» заявок на самом деле просто брошены.

Пример

407 заявок, качественных 46%, конверсия в продажу 20%. Некачественных 219, главная причина — «не дозвонились / не отвечает 3+»: 98 заявок. Читается так: почти половина

отсева — не мусор из рекламы, а люди, до которых не достучались. Половину проблемы решает не маркетинг, а дисциплина ответов.

Revision #1

Created 2026-07-09 18:00:30 UTC by Admin

Updated 2026-07-09 18:00:30 UTC by Admin