

# Аналитика — главные цифры

- [Главные цифры сверху](#)
- [Операционная воронка](#)

# Главные цифры сверху

Верхний ряд из четырёх плиток на экране «Аналитика» — самое важное за выбранный период. Плитки видны с любой вкладки.

Плитка	Что это
<b>Потерянная выручка</b>	Деньги, которые за период прошли мимо: сумма сделок, упущенных по вине отдела — интерес не дожали, возражение не отработали, вовремя не перезвонили. Под цифрой — сравнение с прошлой неделей.
<b>Общее время звонков</b>	Сколько всего часов менеджеры провели на линии и сколько было звонков за период. Показывает загрузку отдела.
<b>Средняя скорость обработки</b>	Сколько в среднем минут проходит от новой заявки до первого звонка клиенту. Чем меньше — тем лучше.
<b>Общая оценка ОП</b>	Общий балл отдела продаж по шкале 0-10 (ОП — отдел продаж). Под цифрой — как изменился за неделю.

## На что смотреть

«**Потерянная выручка**» — главная цифра экрана: цена недоработок в деньгах. Что с ней делать, подсказывают две карточки ниже: «Потенциально потерянная выручка» (из каких ошибок сложилась сумма) и «Отказы целевых лидов» (кого ещё можно было спасти).

«**Средняя скорость обработки**» — самый чувствительный показатель. Клиент, оставивший заявку, ждёт звонка минуты, а не часы. Если среднее время растёт — часть горячих клиентов остывает, не дождавшись звонка.

«**Общее время звонков**» — справочная нагрузка. Полезно сравнивать с продажами: много часов на линии при малом числе продаж — разговоры длинные, но нерезультативные.

«**Общая оценка ОП**» — одна цифра «здоровья» отдела. Смотрите на динамику: растёт от недели к неделе — отдел работает лучше.

## Пример

«Потерянная выручка ₹ 1 248 700, +24% к прошлой неделе». Читается так: за период отдел упустил больше миллиона, и потери выросли — идём в карточку «Потенциально потерянная выручка» разбираться, на каком этапе утекают деньги.

# Операционная воронка

Воронка показывает **путь клиента**: сколько лидов пришло → со сколькими удалось связаться → сколько купили. На каждом шаге людей становится меньше — отсюда форма воронки.

Сверху карточки — пять итогов за период: **всего касаний**, **звонков** (с разбивкой дозвон / недозвон), **сообщений** (Telegram, WhatsApp, SMS), **первые контакты** (новые лиды) и **повторные контакты** (дожим и возвраты).

## Шаги воронки

Шаг	Что означает
<b>Всего лидов</b>	Все обращения за период
<b>Контакт состоялся</b>	С кем удалось связаться — дозвонились или получили ответ
<b>Квалифицированных</b>	Из них настоящие целевые клиенты (не спам, не дубли, не ошибки)
<b>Перешли на следующий этап</b>	Целевые, кого удалось продвинуть дальше по сделке
<b>Продаж</b>	Целевые сделки, закончившиеся оплатой
<b>Отказов</b>	Целевые сделки, закончившиеся отказом

Рядом с каждым шагом — процент от всех лидов: сразу видно, где воронка сужается сильнее всего.

Внизу карточка сама подсказывает «**главную просадку**» — между какими шагами теряется больше всего клиентов.

## Как читать разрывы между шагами

- **Всего лидов → Контакт состоялся.** Большой разрыв = до многих просто не дозвонились. Смотрите долю недозвонов в плитке «Звонков»: это чистая потеря на

входе.

- **Контакт состоялся → Квалифицированных.** Разрыв = сколько обращений оказалось нецелевыми. Если таких много — вопрос к рекламе (приводит не тех людей).
- **Квалифицированных → Следующий этап → Продажа.** Здесь теряются уже хорошие клиенты: их не дожали. Причины — в карточках «Работа с возражениями» и «Потенциально потерянная выручка».

## Пример

147 лидов → 115 контакт состоялся (78%) → 82 квалифицированных (56%) → 47 перешли дальше (32%) → 12 продаж (8%), 35 отказов. Подсказка внизу: «Главная просадка: Квалифицированных → Следующий этап — теряем 43% горячих лидов». Читается так: до людей дозваниваемся и они целевые, но почти половину горячих не доводим до следующего шага — там и уходят деньги.