

Где теряются деньги

- [Отказы целевых лидов](#)
- [Потенциально потерянная выручка](#)

Отказы целевых лидов

Карточка отвечает на вопрос: **сколько целевых клиентов отказалось, почему — и скольких из них можно было удержать.**

Что считается

Берутся целевые сделки за период, закончившиеся отказом (спам и дубли сюда не входят — таких «клиентов» и не было). По каждому отказу ИИ из разговора определяет настоящую причину и делит отказы на два вида.

Два вида отказов — это главное

Вид	Что это	Как относиться
Спасаемые	Клиент ушёл из-за ошибки менеджера или слабой отработки: не дожали, не ответили на возражение, поздно перезвонили.	Потеря по вине отдела. Этих клиентов можно было удержать — вопрос к работе менеджеров.
Реальные	Клиент отказался по объективной причине, повлиять было трудно.	Потеря не по нашей вине.

Столбики показывают причины отказов (Дорого, Выбрал конкурента, Нет доверия, Не подошли условия, Не понял ценность, Поздно связались, Клиент пропал), а высота столбика — сколько таких отказов. Каждый столбик разбит на две части: спасаемые и реальные.

Три цифры справа

- **Можно было спасти** — сколько отказов случилось по вине отдела. **Главная цифра карточки:** этих клиентов можно было удержать.
- **Потенциально потерянная выручка** — средний чек, умноженный на число спасаемых отказов. Столько денег ушло из-за недоработок.
- **Всего целевых отказов** — общее число отказов настоящих потенциальных клиентов.

Внизу — полоса «спасаемые против реальных»: какую долю всех отказов можно было предотвратить.

Пример

Всего 44 целевых отказа. Из них **можно было спасти 18 (41%)** — это ₽ 720К потенциально потерянной выручки. Читается так: четыре из десяти отказавшихся клиентов ушли не потому, что им не подошло, а потому что их упустили. Это самая дешёвая точка роста: не нужен ни новый бюджет, ни новые люди — нужно дожимать и вовремя перезванивать.

Потенциально потерянная выручка

Карточка разбирает **на чём именно отдел теряет деньги** — по контролируемым причинам, то есть тем, на которые можно повлиять. Это расшифровка плитки «Потерянная выручка» сверху.

Что показывается

- Сверху — **«Утечка дня»**: общая сумма потерь за период, насколько она выше среднего и сколько было таких случаев (кейсов). Рядом — **главная причина** периода.
- **Четыре столбика** — из чего сложилась сумма. По каждой причине видно, сколько денег и сколько случаев.
- Переключатель **«Сумма / Количество»** — показывать в деньгах или в числе случаев.

Четыре причины потерь

Причина	Что за ней стоит
Не дожали заинтересованных	Клиент был готов, но менеджер не довёл до решения
Не отработали возражение	На сомнение клиента («дорого», «подумаю») не ответили убедительно
Не отправили материалы после звонка	Договорились прислать программу или счёт — и не прислали
Не связались вовремя	Обещали перезвонить и не перезвонили, клиент остыл

Внизу — вывод, на каком этапе основная утечка и сколько из потерянных клиентов были горячими (то есть уже готовыми купить).

Как пользоваться

Это карта, **куда бить в первую очередь**. Самый высокий столбик — самая дорогая недоработка. Обычно её лечит не бюджет и не новые люди, а дисциплина: дожимать, отвечать на возражения, вовремя присылать обещанное.

Пример

Утечка дня ₽ 1 248 700 на 47 случаях, и почти половина — **«Не дожали заинтересованных» (₽ 612 000, 49%, 18 случаев)**. Вывод внизу: основная утечка на этапе дожима, 30 из 47 случаев — горячие лиды. Читается так: больше полумиллиона ушло на клиентах, которые уже хотели купить, — их просто не довели до оплаты. Это первое, чем стоит заняться.