

Качество лидов

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

Определения

- **Заявка (лид)** — обращение, по которому в CRM завели сделку.
- **Некачественная заявка** — пустое обращение: не наш клиент, не дозвонились, уже купил у конкурентов, не готов сейчас.
- **Качественная** — всё остальное: настоящий потенциальный клиент.

Что показывается

- **Большое кольцо** — из всех заявок за период: сколько качественных (%) и какая доля дошла до продажи (конверсия).
- **Кнопки источников сверху** — те же цифры отдельно по каждому источнику (Яндекс, VK, Telegram и другим): нажмите источник — кольцо пересчитается.
- **«Почему остальные заявки — некачественные»** — список причин с количеством: из-за чего заявки отсеялись.

Причины некачественности

- **Не наш клиент** — профиль не подходит
- **Не дозвонились** — не взял трубку с трёх попыток
- **Дубль / спам / тест**
- **Уже купили у конкурентов**
- **Не готов сейчас** — отложил

Зачем это нужно

Это карточка **про рекламу, а не про менеджеров**. Если один источник приводит втрое более «настоящих» людей, чем другой, рекламный бюджет стоит перераспределять — а не

ругать отдел продаж за низкую конверсию по «грязному» источнику.

Но одна причина всё же про отдел: «не дозвонились». Если она высоко в списке — часть «некачественных» заявок на самом деле просто брошены: до людей не достучались.

Пример

312 заявок, качественных 55% (172 из 312), конверсия в продажу 23% (72 из 312).

Некачественных 187, и вторая по величине причина — «не дозвонились с 3 попыток».

Читается так: заметная часть отсева — не мусор из рекламы, а живые клиенты, до которых не дозвонились. Эту часть решает не маркетинг, а дисциплина обзвона.

Версия #1

Admin создал 2026-07-09 18:00:22 UTC

Admin обновил 2026-07-09 18:00:22 UTC