

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.

Revision #1

Created 2026-07-09 18:00:19 UTC by Admin

Updated 2026-07-09 18:00:19 UTC by Admin