



Чек-лист: оценка и повышение эффективности отдела продаж

Используйте как инструмент аудита: пройдите по каждому пункту и отметьте, что уже работает, что — нет, а что не измеряется вообще.

Блок 1. Базовые финансовые показатели

Смотрите ежемесячно, в сравнении с планом и прошлым периодом

☐ **Выполнение плана продаж** — $\text{факт} \div \text{план} \times 100\%$.

→ Норма: 90–110%. Стабильно выше 110% — план занижен. Ниже 85% два месяца подряд — системная проблема.

☐ **Выручка на менеджера** — $\text{общая выручка} \div \text{число активных менеджеров}$.

→ Если выручка растёт, а показатель на менеджера стоит на месте — отдел не масштабируется.

☐ **Средний чек** — $\text{выручка за период} \div \text{число закрытых сделок}$.

→ Снижение при прежнем числе сделок — менеджеры уходят в лёгкие мелкие продажи и не предлагают полную линейку.

☐ **CAC (стоимость привлечения клиента)** — $(\text{маркетинговые расходы} + \text{ФОТ продаж}) \div \text{число новых клиентов}$.

→ Тревожный сигнал: $\text{CAC} > \text{LTV} \div 3$.

☐ **LTV (пожизненная ценность клиента)** — $\text{средний чек} \times \text{число сделок в год} \times \text{срок сотрудничества}$.

→ Мониторинг — раз в квартал. Падение LTV: клиенты уходят после первой сделки или не берут повторные продукты.



- ☐ **Churn Rate (отток клиентов)** — $\text{ушедшие клиенты} \div \text{все клиенты на начало периода} \times 100\%$.

→ Норма для B2B: до 5% в квартал. Выше — менеджеры продают «не тем» или завышают ожидания при продаже.

Блок 2. Метрики воронки продаж

Смотрите еженедельно — опережающие сигналы

- ☐ **Конверсия лид → первый контакт** — % лидов, которые менеджеры обрабатывают в течение 24 часов.

→ Норма: 80%+. Потеря скорости реакции — прямые потери выручки.

- ☐ **Конверсия по каждому этапу воронки** — переходы: лид → звонок → встреча / КП → счёт → оплата.

→ Просадка на конкретном этапе = проблема именно там. Не пытайтесь улучшить всё сразу.

- ☐ **Общая конверсия лид → оплата.**

→ Ориентир для B2B: 10–25% (зависит от типа трафика и продукта).

- ☐ **Длина цикла сделки** — среднее число дней от первого контакта до оплаты.

→ Считайте отдельно по типам клиентов: у «горячих» входящих и «холодных» исходящих цикл принципиально разный.

- ☐ **Количество «зависших» сделок** — без движения дольше нормативного цикла.

→ Занимают время менеджеров и искажают прогноз выручки. Смотреть еженедельно.



Блок 3. Метрики активности менеджеров

Смотрите ежедневно — ранние сигналы отклонений

☐ Количество звонков в день на менеджера.

→ Нормативы — под тип продаж: холодный обзвон — 40–80, тёплая база — 20–40. В Скорозвоне: отчёт «Количество вызовов» с разбивкой по пользователям показывает каждого менеджера по типам и длительности звонков.

☐ Дозваниваемость (contact rate) — успешные соединения ÷ все попытки × 100%.

→ Норма: холодная база — 40–60%, тёплая — 70–85%. При падении проверьте контактность карусели номеров.

☐ Количество отправленных КП — в неделю на менеджера.

→ Активные звонки без КП — менеджер разговаривает, но не продаёт.

☐ ОСС (занятость менеджера) — время в разговорах ÷ время на линии × 100%.

→ В Скорозвоне: отчёт «Занятость сотрудников» считает ОСС автоматически. Низкий показатель при большом числе звонков — длинные паузы между вызовами или частые перерывы.

☐ Доля звонков с выходом на следующий этап.

→ Разговор без конкретного следующего шага — потерянный клиент.



Блок 4. Качество диалогов менеджеров

Смотрите еженедельно — основа для коучинга

- ☐ **Прослушивание записей ведётся регулярно** — в Скорозвоне записи доступны в карточке контакта. РОП прослушивает выборку по каждому менеджеру не реже раза в неделю; комментарий к звонку добавляется там же.
- ☐ **Суфлирование используется при обучении и сложных переговорах** — функция позволяет подключиться к живому звонку: руководитель слышит обе стороны и даёт подсказки, которые слышит только менеджер. Клиент не слышит.
- ☐ **Соблюдение скрипта оценивается по выборке** — % разговоров, где менеджер прошёл все этапы: приветствие → выявление потребности → презентация → возражения → закрытие.
- ☐ **Соотношение речи менеджера / клиента проверяется.**
 - Норма: клиент говорит 50–60% времени. Если менеджер говорит 80% — он презентует, а не продаёт.
- ☐ **Процент закрытых возражений фиксируется** — сколько возражений менеджер отрабатывает, а сколько принимает как окончательный отказ.
- ☐ **Попытка закрытия сделки присутствует в каждом разговоре** — менеджер спросил о готовности купить или о следующем шаге.
- ☐ **Обещания клиенту соответствуют реальному предложению** — несоответствие условий на этапе продажи и сопровождения ведёт к оттоку.



Блок 5. Системность контроля

Аудит раз в квартал

- ☐ **Нормы KPI настроены в Скорозвоне (Настройки → Нормы KPI)** — для каждого менеджера заданы нормативы: по числу разговоров, результатам завершения звонков, времени в разговорах или числу обработанных контактов.
 - Менеджер видит прогресс в шапке сервиса: виджет со шкалой — зелёный (норма выполнена) или красный (ещё нет). Самоконтроль снижает нагрузку на РОПа.
- ☐ **Доступ к отчёту «Нормы KPI» открыт каждому менеджеру** — в разделе «Команда». Сотрудник самостоятельно отслеживает выполнение и выстраивает рабочий день.
- ☐ **РОП регулярно смотрит командный отчёт «Нормы KPI»** — индикаторы: зелёная галка (все выполнили), восклицательный знак (больше половины), красный крест (меньше половины).
- ☐ **Отчёт «Активность менеджеров по часам» показывает, в какое время команда наиболее активна.** Помогает распределить базу и выбрать оптимальное время для обзвона.
- ☐ **Воронка в CRM отражает реальное состояние сделок** — нет сделок без этапа, суммы и следующего шага.
- ☐ **Планы декомпозированы до дня** — у каждого менеджера есть ежедневная и еженедельная цель, а не только месячная.
- ☐ **Проводится регулярный план-факт анализ** — не только «выполнили / не выполнили», но и разбор причин отклонений.



Блок 6. Развитие навыков через AI-тренер

Планирование на квартал

- ☐ **AI-тренер используется регулярно** — менеджеры проходят тренировки по сценариям продаж. По каждой сессии: оценка в баллах, разбор сильных и слабых сторон, конкретные рекомендации.
- ☐ **Тренировки назначаются по слабым местам, а не по расписанию** — данные прослушивания и разборов определяют тему. Менеджер не дождал закрытие? Следующая тренировка именно по этому блоку.
- ☐ **Руководитель отслеживает прогресс команды** — в разделе «Отчёты» все пройденные тренировки с оценками, поиск по сотруднику, сортировка по дате.
- ☐ **Новые менеджеры проходят тренировки до первых реальных звонков** — отрабатывают сценарий на AI-тренере. Снижает тревожность и сокращает время выхода на норму.
- ☐ **Лучшие звонки разбираются на командных встречах** — запись скачивается из карточки контакта, удачные приёмы берутся за эталон.

Блок 7. Повышение показателей — план действий

Планирование на квартал

- ☐ **Найдено и устранено узкое место в воронке** — работаем с одним этапом до результата, потом переходим к следующему.
- ☐ **Скрипты актуализированы, последнее обновление не старше 3 месяцев.** Источник правок — данные прослушивания и разборов, не интуиция.



- ☐ **База возражений ведётся и обновляется** — типовые возражения зафиксированы, для каждого 2–3 отработанных ответа. Сценарии для [AI-тренера](#) строятся на их основе.
- ☐ **Коучинг строится на данных** — тема сессии определяется конкретными ошибками из прослушивания или отчётов AI-тренера, а не общими впечатлениями.
- ☐ **Мотивация привязана к конкретным KPI** — не к «общей активности», а к конверсии, среднему чеку, выполнению норм.
- ☐ **Нормативы пересматриваются раз в квартал с учётом сезонности, изменений рынка и роста команды.**

Итог

Если 80% пунктов отмечены — у вас система. Если меньше половины — управление продажами держится на ручном контроле и интуиции руководителя. Это работает до тех пор, пока не нужно масштабироваться.