



speechex

экспертный аудит коммуникаций

speechex / экспертный аудит коммуникаций

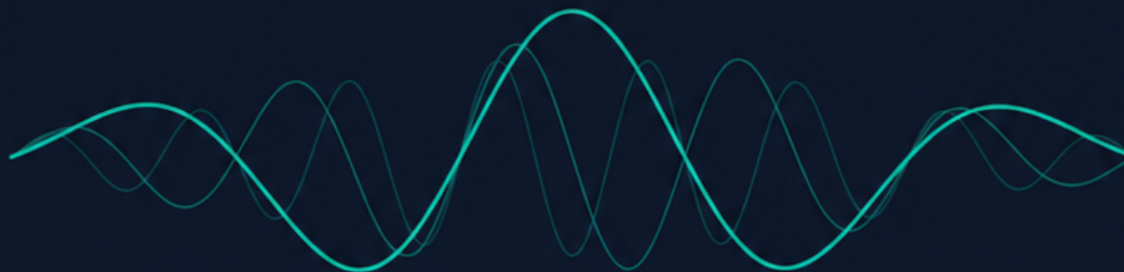
ПОЛНЫЙ РАЗБОР ОТДЕЛА ПРОДАЖ

Где компания теряет выручку в разговорах
и что изменить за 30 дней

Клиент: **ООО «ПРОМСНАБ 360»**

Период: **май 2026**

Статус: **демонстрационный отчёт · все данные вымышлены**



Не просто оценки звонков. Управленческие решения, подтвержденные разговорами.

Компания недополучает до 4,8 млн ₽ выручки в месяц

Проблема не в количестве лидов и не в «слишком высокой цене». Главная потеря — отсутствие управляемого следующего шага после первого разговора.

73%

выполнение плана продаж

6,8%

конверсия лид → сделка

47%

звонков заканчиваются «скину КП»

18%

КП имеют согласованный следующий шаг

+8

сделок/мес. — реалистичный потенциал

3,36 млн ₽

базовый потенциал выручки/мес.

Главный диагноз

Менеджеры продают коммерческое предложение, а не следующий шаг сделки. После отправки КП управление переходит к клиенту; follow-up становится напоминанием, а CRM — архивом причин отказа.

Четыре решения, которые должен принять руководитель

- Запретить отправку КП без зафиксированной даты следующего контакта или встречи.
- Ввести единый блок квалификации из 6 вопросов и проверять его не по скрипту, а по факту раскрытой задачи клиента.
- Разделить «дорого» на пять реальных причин и обучать менеджеров отвечать на каждую отдельно.
- Сместить контроль РОПа с количества звонков на три опережающих показателя: глубина квалификации, ценность и следующий шаг.

Что можно получить за 30 дней

Даже без увеличения рекламного бюджета базовый сценарий дает +8 сделок в месяц, или около +3,36 млн ₽ выручки при текущем среднем чеке. Потенциал рассчитан на демонстрационных данных и подлежит верификации на реальном массиве звонков.

Почему план не выполняется, хотя лидов достаточно

Руководитель видит результат в CRM, но не слышит системную причину потерь внутри разговоров.

Исходная ситуация

Показатель	Значение	Что беспокоит руководство
Отдел продаж	12 менеджеров	Результат сильно зависит от 2 сильных сотрудников
Входящий поток	620 лидов/мес.	Маркетинг считает объем достаточным
Средний чек	420 000 ₽	Скидки растут, маржа снижается
Выручка	17,64 млн ₽/мес.	План 24 млн ₽ выполнен на 73%
Контроль РОПа	5–8 звонков/нед.	Выборка случайна и не показывает закономерности
CRM	92% карточек заполнены	Причины отказов не совпадают с тем, что говорят клиенты

Как проводился аудит

1248 разговоров в массиве	312 звонков в экспертной выборке	43 ч общая длительность разбора	18 критериев качества
-------------------------------------	--	---	---------------------------------

- Выборка сбалансирована по менеджерам, источникам лидов, этапам воронки и результату сделки.
- Автоматическая разметка использована для поиска паттернов; выводы подтверждены экспертным прослушиванием и контекстом CRM.
- Каждый критический вывод основан не на одном «плохом звонке», а на повторяющемся поведении и его связи с результатом.
- Финансовый эффект рассчитан консервативно: пересекающиеся потери не суммировались дважды.

Принцип Speechex

Отчёт отвечает не на вопрос «кто плохо говорит», а на вопрос «какое управленческое изменение вернет деньги в воронку».

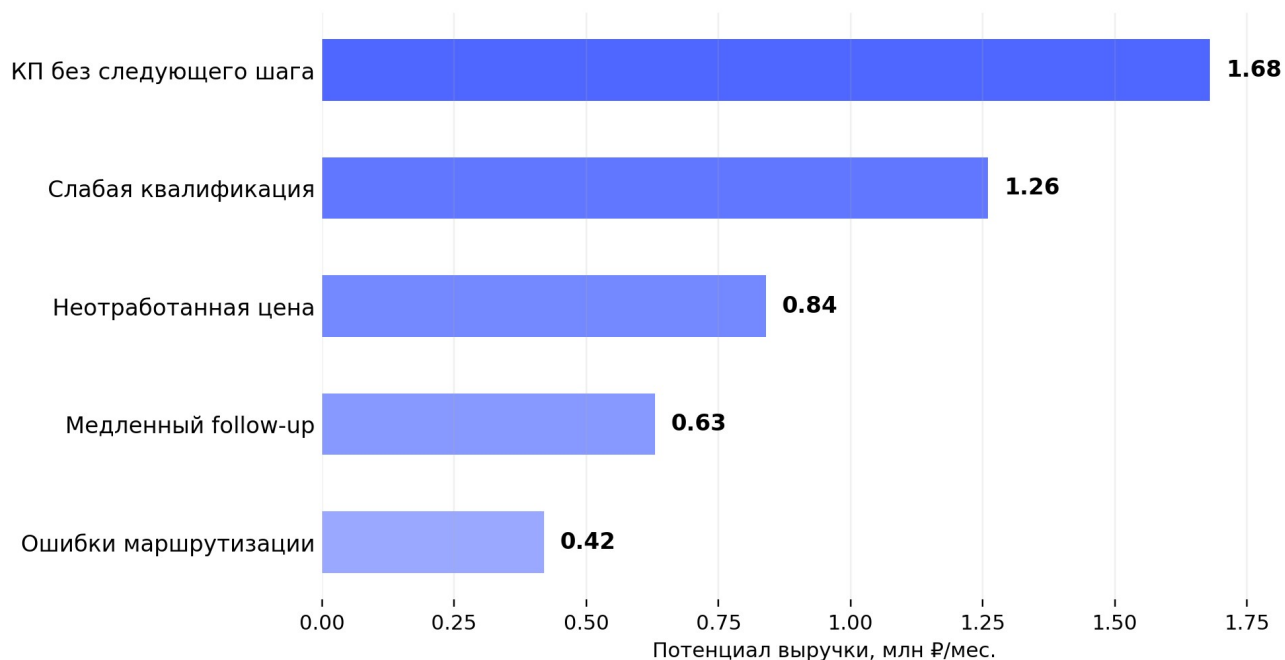
Модель оценки: 100 баллов

Блок	Вес	Что считается сильным результатом
Контакт и рамка	10	Понятна цель разговора и ожидания клиента
Квалификация	25	Раскрыты задача, последствия, критерии, участники и срок
Ценность решения	20	Аргументы связаны с эффектом для клиента, а не только с функциями
Работа с сомнениями	20	Менеджер диагностирует мотив и снижает риск решения
Следующий шаг	15	Есть конкретное действие, дата, участники и цель
Дисциплина CRM	10	Статус и причина исхода подтверждаются разговором

Не включались формальные признаки, которые не влияют на движение сделки: точное следование тексту скрипта, количество произнесенных терминов и «дружелюбие» без бизнес-контекста.

Где именно остаются деньги

Пять повторяющихся сценариев объясняют большую часть недополученной выручки.



Потенциал не равен гарантированному росту. Это оценка выручки, которую можно вернуть при устранении наблюдаемых сценариев потерь и сохранении текущего объема лидов.

Источник потери	Наблюдение	Потенциал	Управленческий рычаг
КП без следующего шага	47% первых разговоров; только 18% с датой продолжения	1,68 млн руб	Правило: нет шага — нет КП
Слабая квалификация	В 39% звонков презентация начинается до 3-го вопроса	1,26 млн руб	6 обязательных вопросов
Неотработанная цена	В 64% случаев «дорого» не раскрыта причина	0,84 млн руб	Матрица возражений
Медленный follow-up	31% повторных контактов позже 24 часов	0,63 млн руб	SLA + автозадача в CRM
Ошибки маршрутизации	17% запросов передаются не в тот сценарий	0,42 млн руб	Маршрутизация по мотиву

Самая дорогая ошибка

Отправка КП без договоренности о следующем действии. Это выглядит как работа, но фактически завершает активную продажу и превращает менеджера в ожидающего.

Пять причин, почему отдел не собирает план

Каждый вывод содержит факт, первопричину, бизнес-эффект и конкретное действие.

1 Менеджеры «продают КП», а не движение по сделке

ФАКТ 47% первичных разговоров заканчиваются обещанием отправить предложение; согласованная дата продолжения есть только в 18%.

ПРИЧИНА Коммерческое предложение используется как способ закончить сложный разговор, а не как инструмент принятия решения.

БИЗНЕС-ЭФФЕКТ Лид уходит в пассивный follow-up; цикл растёт, прогноз становится недостоверным, менеджер винит клиента.

ЧТО ДЕЛАТЬ Ввести правило «КП только после резюме задачи и согласованного следующего шага».

2 «Дорого» фиксируется как причина, хотя цена еще не обсуждалась по смыслу

ФАКТ В 64% звонков с возражением о цене менеджер не выясняет бюджет, критерии выбора, альтернативу и стоимость бездействия.

ПРИЧИНА У команды нет языка ценности; продукт объясняется через характеристики и скидку.

БИЗНЕС-ЭФФЕКТ Скидки съедают маржу, а руководство получает ложный сигнал о неконкурентной цене.

ЧТО ДЕЛАТЬ Разделить возражение на 5 типов: нет бюджета, нет ценности, сравнение, риск, внутреннее согласование.

3 РОП контролирует активность, но не управляет качеством этапа

ФАКТ В отчете CRM видны звонки и задачи, но не видно, сформулировал ли клиент проблему и согласился ли на следующий шаг.

ПРИЧИНА Опережающие показатели не определены; прослушивание звонков носит случайный характер.

БИЗНЕС-ЭФФЕКТ Слабые сделки доживают до конца месяца и создают иллюзию наполненной воронки.

ЧТО ДЕЛАТЬ Добавить три поля качества этапа: подтвержденная задача, измеримый эффект, дата следующего шага.

4 Лучшая практика уже есть внутри команды, но не масштабируется

ФАКТ Два лучших менеджера дают 46% квалифицированных возможностей при сопоставимом качестве лидов.

ПРИЧИНА Обучение построено на общем скрипте, а не на разборе реально работающих микроповедений.

БИЗНЕС-ЭФФЕКТ Компания переплачивает за новые лиды вместо переноса успешной модели на остальных.

ЧТО ДЕЛАТЬ Снять 10 эталонных фрагментов, превратить их в стандарт и еженедельную тренировку.

CRM описывает удобную версию отказа, а не реальную

ФАКТ В 22% проигранных сделок причина в CRM противоречит содержанию разговора.

ПРИЧИНА Причину выбирает сам менеджер; нет проверки и единого словаря.

БИЗНЕС-ЭФФЕКТ Маркетинг, продукт и коммерческий директор принимают решения на искаженных данных.

ЧТО ДЕЛАТЬ Автоматически предлагать причину по разговору и разбирать расхождения на планерке.

Матрица управленческих приоритетов

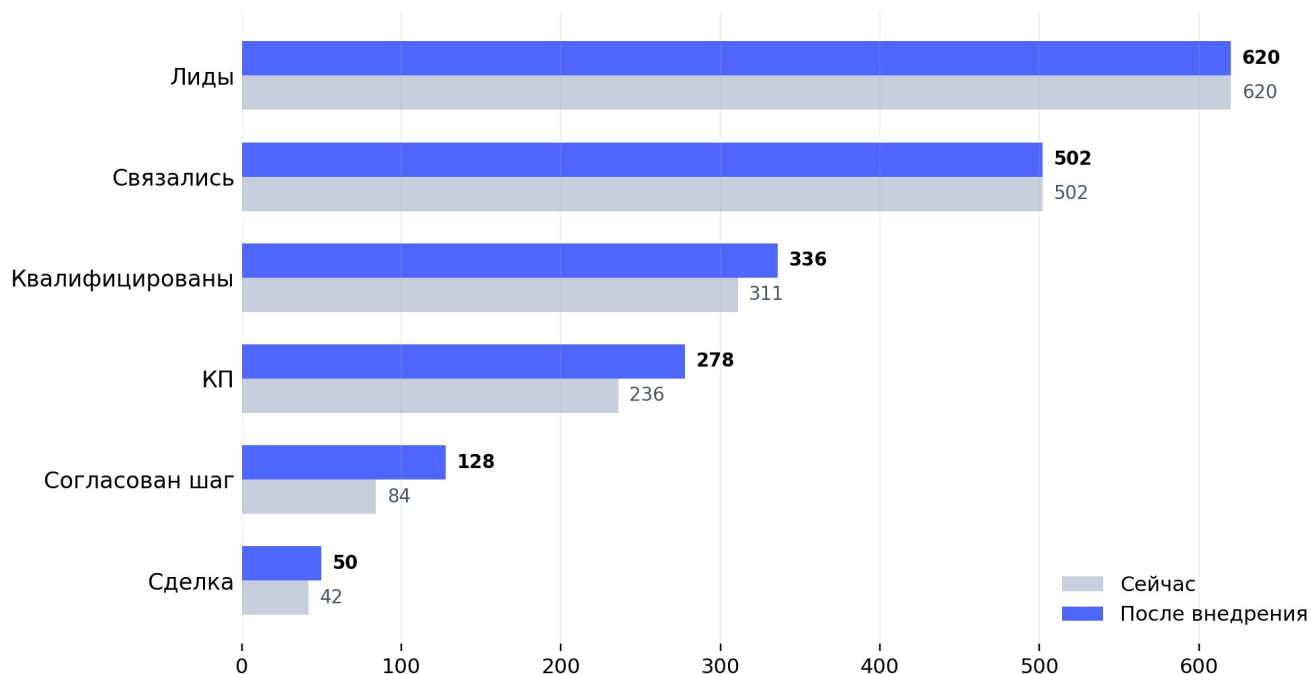
Приоритет	Решение	Эффект	Срок
P0	КП только с согласованным шагом	Возврат контроля над активными сделками	7 дней
P0	6 вопросов квалификации	Меньше ранних презентаций и ложных «дорого»	7 дней
P1	Матрица причин отказа	Честные данные для цены, продукта и маркетинга	30 дней
P1	Библиотека лучших фрагментов	Масштабирование модели топ-менеджеров	30 дней
P2	Контроль качества прогноза	Меньше «мертвых» сделок в конце месяца	60 дней

Пять вопросов РОПа на разборе сделки

- Какую проблему клиент подтвердил своими словами?
- Как измеряется цена бездействия или ожидаемый эффект?
- С чем сравнивает клиент и какой критерий для него главный?
- Кто участвует в решении и чего опасается каждый участник?
- Какой следующий шаг согласован — дата, участники и результат?

Главный провал — между КП и следующим шагом

До этапа предложения компания доходит нормально. После него управление сделкой резко теряется.



Что видно из воронки

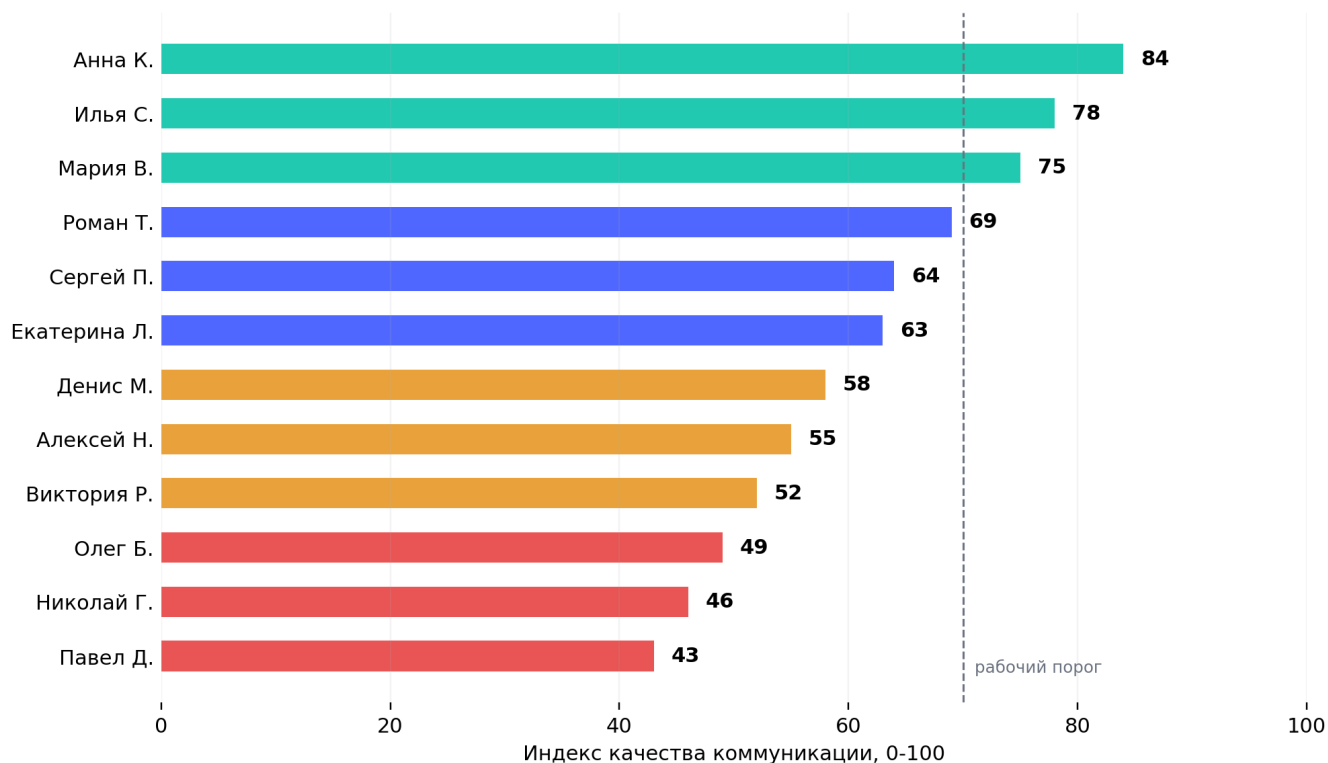
- Связь с лидами — 81%: проблема не в дозвоне.
- Квалификация — 62%: приемлемо, но глубина часто формальная.
- КП получают 76% квалифицированных клиентов: предложение отправляется слишком рано.
- Только 36% получателей КП имеют согласованный шаг: это центральное место потери контроля.
- Рост до 50 сделок в месяц требует не «удвоить продажи», а вернуть 8 сделок из уже существующей воронки.

Решение для РОПа

Еженедельный прогноз строить не по сумме КП, а по числу сделок с подтвержденной задачей, участником решения и датой следующего события.

Разница между лучшими и слабыми — не в харизме

Сильные менеджеры системно управляют разговором: сначала задача и последствия, затем решение и следующий шаг.



Индекс качества — взвешенная оценка по 18 критериям. Порог 70 означает, что менеджер стабильно проводит клиента через ключевые этапы разговора.

Что делают лучшие менеджеры

Поведение	Топ-квартиль	Нижний квартиль	Почему влияет
Задаёт ≥5 содержательных вопросов	76% звонков	21% звонков	Клиент сам формулирует ценность
Называет цену после резюме задачи	81%	34%	Цена воспринимается в контексте результата
Фиксирует следующий шаг в звонке	72%	14%	Менеджер сохраняет управление
Проверяет критерии решения	66%	19%	Меньше скрытых согласующих
Follow-up до 24 часов	89%	48%	Не теряется импульс клиента

Поведение	Топ-квартиль	Нижний квартиль	Почему влияет
-----------	--------------	-----------------	---------------

Вывод для руководителя

Не нужно искать «звезд». Нужно перенести четыре наблюдаемых поведения топ-менеджеров в стандарт, CRM и регулярный контроль.

Три индивидуальных трека развития

Профиль	Признак	Фокус на 2 недели	Метрика
«Презентатор»	Много говорит о продукте, мало спрашивает	Квалификация и резюме задачи	≥5 вопросов в 65% звонков
«Скидочник»	Снижает цену до раскрытия сравнения	Диагностика типа возражения	Скидка до диагностики <10%
«Отправитель КП»	Завершает звонок без следующего события	Закрытие на встречу/разбор КП	КП со шагом ≥35%
«Сильный одиночка»	Высокая конверсия, но опыт не передает	Запись эталонных фрагментов	2 фрагмента/нед. в базе

Как давать обратную связь

Не «будь увереннее», а: «На 03:31 ты предложил скидку до того, как выяснил, с чем клиент сравнивает. В следующем звонке сначала задай два диагностических вопроса».

Клиент говорит «дорого», но имеет в виду другое

Одна универсальная отработка не работает: сначала нужно распознать реальный мотив.

Фраза клиента	Что часто стоит за ней	Слабая реакция	Сильный ход
«Дорого»	Не понял разницу или боится ошибиться	«Можем дать скидку»	Уточнить: дорого относительно чего и какой риск важнее
«Пришлите КП»	Хочет завершить разговор или переслать внутри	«Хорошо, куда отправить?»	Согласовать, что именно должно быть в КП и когда обсудят
«Надо подумать»	Неясны критерии решения или нет приоритета	«Когда перезвонить?»	Спросить, над чем именно нужно подумать и кто участвует
«Есть поставщик»	Есть привычка, но не всегда удовлетворенность	«А у нас дешевле»	Выяснить, что ценит и что хотел бы улучшить
«Не сейчас»	Нет события, создающего срочность	«Позвоню через месяц»	Привязать решение к сроку, риску или стоимости задержки
«Нужно согласовать»	Не вовлечен ЛПР или нет внутреннего кейса	«Передайте наше КП»	Помочь собрать аргументы и пригласить согласующего

Фраза, которую стоит убрать

«Я вас понял, тогда пришлю предложение» — она подтверждает возражение, но не продвигает клиента к решению.

Рабочая конструкция

«Чтобы не отправлять вам типовое КП, уточню два момента: с чем сравниваете и что будет главным критерием решения?»

Мини-скрипт квалификации: 6 вопросов

- Что сейчас происходит и почему вопрос возник именно сейчас?
- Как вы решаете задачу сегодня и что в текущем варианте не устраивает?
- Какой эффект должен дать новый вариант: деньги, сроки, риск, загрузка?
- Кто будет пользоваться решением и кто принимает финальное решение?

- С какими альтернативами сравниваете?
- Какой следующий шаг будет логичным, если решение подходит?

Фразы, которые меняют траекторию разговора

Вместо	Использовать
«Я пришлю КП, посмотрите»	«Что должно быть в предложении, чтобы вы могли принять следующий шаг?»
«Можем сделать скидку»	«Дорого относительно какого варианта и по какому критерию?»
«Когда вам перезвонить?»	«Над чем именно нужно подумать и что должно стать понятнее?»
«У нас лучше качество»	«Что в текущем решении для вас работает хорошо, а что хотелось бы изменить?»
«Будут вопросы — звоните»	«Давайте сразу назначим 20 минут, чтобы сравнить варианты и снять вопросы»

Один разговор — в деталях

Пример того, как экспертный комментарий превращает запись в конкретный план развития менеджера.

#0437

ID звонка

11:38

длительность

46/100

оценка качества

680 тыс. ₽

потенциал сделки

Менеджер: Алексей Н. · Клиент: ООО «МеталлПром» · Запрос: компрессорная станция для расширения участка

Ключевые моменты разговора

Время	Кто	Фрагмент	Экспертный комментарий
00:18	Менеджер	«Добрый день. Вы оставляли заявку, чем могу помочь?»	Нейтральный старт. Нет рамки и цели разговора.
01:12	Клиент	«Нужна станция примерно на 8 кубов, сейчас не хватает мощности».	Клиент сам дает повод раскрыть стоимость проблемы.
02:04	Менеджер	«Есть модель за 675 тысяч, могу отправить характеристики».	Цена названа до выяснения режима, простоя, требований и сроков.
03:16	Клиент	«Дороговато. Мы видели дешевле».	Это сравнение, а не отказ. Нужно выяснить альтернативу и критерии.
03:31	Менеджер	«Можно попробовать согласовать скидку 5%».	Скидка предложена без запроса и без защиты ценности.
06:40	Клиент	«Пришлите тогда КП, посмотрим».	Сигнал ухода. Менеджер не проверяет, что должно быть в КП.
10:57	Менеджер	«Хорошо, сегодня отправлю. Будут вопросы — звоните».	Нет даты, участников и критерия следующего решения.

Что упущено

- Причина нехватки мощности и стоимость простоя участка.
- Технические ограничения и режим эксплуатации.
- Срок запуска расширения и последствия задержки.
- Кто сравнивает варианты и кто утверждает бюджет.
- Что клиент видел дешевле и чем вариант отличается.
- Конкретная дата совместного разбора предложения.

Как можно было ответить на «дорого»

«Понимаю. Чтобы сравнение было корректным: дешевле была станция той же производительности и с тем же режимом работы? Для вас сейчас важнее цена покупки или отсутствие простоев после запуска участка?»

Персональный план для менеджера

Навык	Сейчас	Цель за 2 недели	Практика
Квалификация	9/25	18/25	3 ролевых звонка по 6 вопросам
Ценность	8/20	14/20	Резюме задачи перед ценой
Возражения	7/20	13/20	Диагностика 5 типов «дорого»
Следующий шаг	5/15	11/15	Закрытие на дату и цель следующего события
CRM	6/10	9/10	Причина исхода только по факту разговора

Проверка прогресса

Через 10 рабочих дней повторно оценить 8 звонков: 4 первичных, 2 с ценовым возражением и 2 follow-up. Цель — индекс не ниже 65/100.

Что изменить в системе продаж

Не тренинг ради тренинга: каждое действие привязано к наблюдаемой потере и измеримому эффекту.

Приоритет P0 — сделать в течение 7 дней

Правило «нет шага — нет КП»

В шаблоне CRM обязательны дата, формат и цель следующего события. Без заполнения предложение не отправляется.

Шесть вопросов квалификации

Менеджер не обязан читать скрипт, но обязан получить ответы по задаче, эффекту, альтернативам, решению, сроку и шагу.

SLA follow-up 24 часа

Автоматическая задача после звонка; просрочка попадает в ежедневный отчет РОПа.

Разбор 2 звонков в день

15 минут: один успешный фрагмент, одна потеря, одна новая формулировка для команды.

Приоритет P1 — внедрить за 30 дней

- Переписать чек-лист: убрать формальные пункты «поздоровался / представился», добавить качество квалификации и следующий шаг.
- Собрать библиотеку из 10 эталонных фрагментов лучших менеджеров и использовать их в обучении.
- Ввести 5 типов ценового возражения и отдельные сценарии диагностики.
- Сверять причину отказа в CRM с содержанием разговора для всех сделок свыше 500 тыс. ₽.

Приоритет P2 — закрепить за 60–90 дней

- Привязать часть премии к качеству прогнозируемой воронки, а не только к активности.
- Передавать маркетингу ежемесячную карту мотивов, возражений и потерянных сегментов.
- Повторить аудит и сравнить динамику по тем же критериям и менеджерам.

Что сделать в ближайшие 30 дней

Короткий цикл: правило → практика → контроль → корректировка.

Срок	Действие	Владелец	Метрика	
День 1–2	Утвердить 3 обязательных поля качества этапа	Комдир	100% новых сделок	P0
День 3	Настроить правило «нет шага — нет КП»	РОП + CRM	≥80% КП со шагом	P0
День 4–5	Обучить 6 вопросам квалификации	РОП	≥5 вопросов в 65% звонков	P0
Неделя 2	Провести 3 тренировки по цене и сравнению	Тренер/РОП	Скидка до диагностики <10%	P1
Неделя 2	Запустить ежедневный контроль follow-up	РОП	Просрочка <10%	P0
Неделя 3	Внедрить новый чек-лист звонка	Speechex + РОП	Средний индекс +8 п.п.	P1
Неделя 3	Создать библиотеку эталонных фрагментов	РОП	10 фрагментов в базе	P1
Неделя 4	Сверить воронку и причины отказа	Комдир	Расхождение CRM <8%	P1
День 30	Повторный срез 100 звонков	Speechex	Конверсия КП→шаг +8 п.п.	P1

Ритм управления

Периодичность	Формат	Что смотрим
Ежедневно · 15 мин	2 звонка на команду	Один паттерн потери + одна сильная формулировка
Еженедельно · 45 мин	Воронка качества	Задача, ценность, следующий шаг, просрочки
Раз в 2 недели · 60 мин	Калибровка менеджеров	Одинаково ли РОПы оценивают один звонок
Ежемесячно · 90 мин	Управленческий разбор	Динамика, деньги, продуктовые сигналы, действия

Критерий успеха первого месяца

Не «все прошли обучение», а доля КП с согласованным следующим шагом выросла с 18% минимум до 35%.

Панель управления РОПа

Показатель	База	Цель 30 дней	Сигнал риска
КП с согласованным шагом	18%	≥35%	Падает 2 недели подряд
Звонки с глубокой квалификацией	34%	≥60%	Менеджер презентует до 3-го вопроса
Follow-up в течение 24 часов	69%	≥90%	Просрочка >10%
Скидка до диагностики цены	27%	<10%	Рост средней скидки
Расхождение CRM и разговора	22%	<8%	Причина «дорого/подумает» без доказательств
Индекс качества команды	61/100	≥70/100	Нет роста после 2 циклов обратной связи

Панель не заменяет выручку, а показывает раньше, движется ли система в правильную сторону. Выручка реагирует с задержкой, качество этапа — в тот же день.

Сколько может вернуть внедрение

Базовый сценарий не требует дополнительных лидов и опирается на текущий средний чек.

Сценарий	Доп. сделки/мес.	Доп. выручка	Валовая прибыль*	Условие
Консервативный	+5	2,10 млн ₽	588 тыс. ₽	Исправлен только следующий шаг
Базовый	+8	3,36 млн ₽	941 тыс. ₽	Шаг + квалификация + follow-up
Потенциал	+11–12	4,62–5,04 млн ₽	1,29–1,41 млн ₽	Системное внедрение всех рекомендаций

* Для демонстрации использована валовая маржа 28%. В реальном проекте модель пересчитывается по фактической марже, длине цикла и вероятности восстановления каждого сценария.

18% → 35%

КП с согласованным шагом

31% → <10%

просроченный follow-up

22% → <8%

ошибочные причины отказа

Как проверять эффект

- Зафиксировать базовые значения до внедрения на выборке не менее 100 звонков.
- Сравнивать одинаковые источники лидов и сегменты, чтобы не спутать улучшение процесса с сезонностью.
- Смотреть не только выручку, но и опережающие показатели: качество квалификации, следующий шаг, скорость follow-up.
- Через 30 и 90 дней повторить экспертную калибровку на одинаковом чек-листе.

Решение о продолжении

Если через 30 дней не растет доля согласованных шагов, проблема не в «мотивации менеджеров» — нужно проверить соблюдение правила, качество обратной связи и контроль РОПа.

Не файл с оценками, а рабочую систему решений

Отчет должен быть понятен собственнику, применим РОПом и полезен менеджеру уже на следующий день.

1

управленческое резюме без «воды»

5–10

критических закономерностей с доказательствами

100%

персональные зоны роста менеджеров

30 дней

пошаговый план внедрения

Состав полного аудита Speechex

Диагноз для руководства

Где теряется выручка, почему это происходит и какие решения имеют максимальный эффект.

Карта воронки разговоров

Потери между этапами, скрытые причины и точки контроля.

Рейтинг и профили менеджеров

Сильные стороны, риски, конкретные фрагменты и индивидуальные рекомендации.

Глубокие разборы звонков

Таймкоды, цитаты, экспертный комментарий и вариант сильной формулировки.

Сигналы для маркетинга и продукта

Что клиенты реально хотят, с чем сравнивают и почему отказываются.

План внедрения и метрики

Что сделать за 7/30/90 дней и как доказать экономический эффект.

Как использовать этот шаблон

- Заменить демонстрационные цифры на реальные данные клиента и сохранить логику: деньги → доказательства → действие.
- Вынести первые две страницы в самостоятельное резюме для собственника или коммерческого директора.

- Каждый вывод подтверждать минимум тремя типами доказательств: частота паттерна, цитата, связь с этапом/результатом.
- Не перегружать отчет метриками, которые не приводят к конкретному управленческому решению.

Главный продающий принцип отчета

Руководитель должен за 5 минут понять: сколько денег теряется, почему, что делать в понедельник и как проверить, что изменения сработали.

Как начинается реальный проект

Шаг	Что происходит	Результат
1. Диагностическая встреча	Фиксируем бизнес-цель, воронку и вопросы руководства	План аудита и критерии успеха
2. Передача материалов	Звонки, CRM-выгрузка, скрипты и контекст продукта	Репрезентативная выборка
3. Экспертный разбор	Ищем повторяющиеся паттерны и проверяем их на звонках	Доказанные причины потерь
4. Управленческая сессия	Разбираем выводы с собственником и РОПом	Решения, владельцы и сроки
5. Контрольный срез	Повторяем измерение после внедрения	Подтвержденная динамика и ROI

Следующий шаг

Пилотный аудит можно начать с одного отдела, 100–300 звонков и одной бизнес-гипотезы — например, почему после КП сделки перестают двигаться.



Хотите такой же разбор для вашего отдела продаж?

Закажите экспертный аудит Speechex и получите управленческий отчет, который покажет: где теряется выручка, какие ошибки повторяются в звонках и какие решения дадут быстрый рост конверсии.

- ✓ Выявим потери на реальных звонках
- ✓ Сформируем приоритеты для РОПа и коммерческого директора
- ✓ Дадим конкретный план действий на 30 дней

Заказать пилотный аудит →



Связаться с нами

- audit@speechex.ru
- www.speechex.ru