

КВАНТОВЫЙ СКАЧОК

В БИЗНЕСЕ:

x2 за 100 дней



ЯСНАЯ СТРАТЕГИЯ
МАСШТАБА



ОПЫТНЫЙ
ПОДХОД



БЫСТРЫЙ
РЕЗУЛЬТАТ

АЛЕКСЕЙ ШАКИРОВ

Бизнес-ментор | 30+ лет опыта | Сотни успешных кейсов

Алексей Шакиров

Квантовый скачок в бизнесе: x2 за 100 дней

<https://litres.ru/74126567>

SelfPub; 2026

Аннотация

Эта книга представляет собой пошаговое руководство по удвоению прибыли бизнеса за стодневный период.

Автор предлагает структурированный план, который начинается с глубокого аудита текущих показателей и устранения неэффективных трат.

В процессе обучения читатели узнают, как оптимизировать маркетинг, увеличить средний чек и автоматизировать рутинные задачи.

Особое внимание уделяется психологии собственника и переходу от операционного управления к архитектурному подходу. Заключительные этапы посвящены стабилизации полученных результатов и внедрению системы KPI для команды.

Данный материал служит практическим пособием для предпринимателей, стремящихся к системному росту и масштабированию своего дела.

Содержание

ОГЛАВЛЕНИЕ	4
ВСТУПЛЕНИЕ ОТ АВТОРА.	8
ВВЕДЕНИЕ. ПРАВИЛА ИГРЫ	11
ЧАСТЬ I. Дни 1–15. Великий аудит и поиск «подводных камней»	19
Глава 1. Оцифровка реальности: Оборот — это тщеславие, прибыль — это реальность	20
Глава 2. Инвентаризация дыр: Куда утекают лиды и бюджеты?	25
Конец ознакомительного фрагмента.	29

Алексей Шакиров

Квантовый скачок в бизнесе: x2 за 100 дней

ОГЛАВЛЕНИЕ

Вступление от автора

Введение. Правила игры

- Почему 100 дней — это идеальный спринт для бизнеса.
- Главная формула прибыли ($\text{Прибыль} = \text{Выручка} - \text{Расходы}$, но мы декомпозируем ее на 5 ключевых показателей).
- Психология собственника: как выйти из тушения пожаров (операционки) на уровень архитектора прибыли.

Часть I. Дни 1–15. Великий аудит и поиск «подводных камней»

Главная цель: Понять, где бизнес теряет деньги прямо сейчас, и очистить фундамент.

- Глава 1. Оцифровка реальности: Считаем чистую прибыль, маржу и ROI. • • • Почему оборот — это тщеславие, а чистые деньги — это реальность.
- Глава 2. Инвентаризация дыр: Куда утекают лиды и бюджеты? Анализ забытых клиентов и незакрытых сделок.
- Глава 3. Метод «АВС-XYZ»: Находим 20% това-

ров/услуг и 20% клиентов, которые приносят 80% прибыли. Безжалостно отсекаем токсичный и низкомаржинальный балласт.

Часть II. Дни 16–35. Быстрые деньги

Главная цель: Получить первые +20–30% к прибыли без вложений в рекламу, используя существующие ресурсы.

- Глава 4. Реанимация базы: Как разбудить спящих клиентов за 48 часов. Скрипты и офферы для быстрых продаж.
- Глава 5. Поднятие цен без потери клиентов: Стратегия обоснованного повышения чека. Как побороть страх «все уйдут».
- Глава 6. Пакетные предложения и Cross-sell: Внедряем Up-sell (продай дороже) и Cross-sell (продай доп. продукт). Создаем товарную матрицу, которая увеличивает средний чек на 25%.

Часть III. Дни 36–55. Пересборка маркетинга и лидогенерации

Главная цель: Настроить поток целевых и качественных заявок.

- Глава 7. Оффер, от которого глупо отказываться: Перерабатываем позиционирование. Как перестать продавать «характеристики» и начать продавать «результат».
- Глава 8. Оптимизация стоимости лида (CAC): Как снизить расходы на рекламу, перенаправив бюджет на самые эффективные каналы.
- Глава 9. Партизанский маркетинг и партнерские сети:

Как получать клиентов от смежных бизнесов бесплатно или за процент от сделки.

Часть IV. Дни 56–75. Продажи «на стероидах»

Главная цель: Поднять конверсию из заявки в оплату.

- Глава 10. Аудит отдела продаж: Почему менеджеры сливают клиентов и как это исправить за 3 дня (внедрение скриптов, записей звонков и CRM).

- Глава 11. Триггеры и дедлайны: Как дожимать сомневающих клиентов с помощью дефицита и ограничения по времени.

- Глава 12. Система LTV (Lifetime Value): Как сделать так, чтобы клиент покупал снова и снова, превращая разовую продажу в вечный поток прибыли.

Часть V. Дни 76–90. Оптимизация расходов и бизнес-процессов

Главная цель: Увеличить чистую прибыль за счет сокращения издержек и автоматизации.

- Глава 13. Жесткое сокращение «костов»: Как оптимизировать постоянные и переменные расходы на 10-15% без потери качества продукта.

- Глава 14. Автоматизация рутины: Избавляемся от человеческого фактора. Внедряем чат-боты, автоворонки и ERP-системы.

- Глава 15. Делегирование и KPI: Как связать зарплату сотрудников с прибылью компании. Мотивация команды на результат.

Часть VI. Дни 91–100. Финальный рывок и фиксация результата

Главная цель: Подведение итогов, закрепление новой планки и защита от «отката».

- Глава 16. Сведение баланса: Считаем прибыль на 95-й день. Сравниваем результаты «До» и «После».
- Глава 17. Стабилизация системы: Как удержать удвоенные показатели и не позволить бизнесу скатиться обратно в хаос.
- Заключение. Стратегия 2.0: Как повторить этот алгоритм, чтобы вырасти еще в 2 раза за следующие 100 дней.

Справочная информация

ВСТУПЛЕНИЕ ОТ АВТОРА.

Ранним июньским утром 2026 года я встал около 6 утра, посмотрел в окно и увидел густой туман. Жена ещё спит, и я, взяв собаку на руки, тихонько спустился со второго этажа своей любимой дачи и вышел на улицу.

Сегодня я решил, что перестану откладывать и поделюсь с вами своим личным опытом и опытом своих многочисленных «студентов», как я их называю. На самом деле — это предприниматели различного уровня, которые «выросли» в несколько раз за короткое время в своем бизнесе.

Идея этой книги мне пришла в голову ещё пару лет назад, но я, как и обычный человек привык откладывать. То всё списывал на занятость, то какие-то внешние обстоятельства (как и все - я иногда люблю на это ссылаться)), то усталость... Короче - нежелание уделять время написанию книги.

Но сегодня я твёрдо решил, что я сделаю все возможное чтобы написать как минимум первую главу и у меня уже есть полный план по созданию этой великолепной книги, которая поможет большинству предпринимателей увеличить свою прибыль в течение 100 дней, как правило в два раза. Чаще - более чем в 2.

И вот я взял свой ноутбук, пошёл в беседку, заварил себе утренний чай с травами для того, чтобы чувствовать себя

бодрый целый день, и начал писать первые строки.

С недавних пор я научился ценить время, ведь никто не знает сколько ещё отведено нам лет жизни, а я очень хочу, чтобы **Ваши** результаты превзошли **Ваши же** ожидания.

Книга непростая — это книга-инструкция, в которой описаны реальные инструменты для того, чтобы Ваш бизнес начал взлетать.

Применяйте все инструменты, делайте максимально полно домашнее задание (рекомендую делать более, чем на 100%) и улучшайте свой бизнес.

И первым делом я бы хотел написать немного о себе. Потому что сейчас очень много «писателей» и «учителей» пытаются научить других, хотя сами ничего не добились в этом мире.

Я же - предприниматель более 30 лет, прошедший «огонь, воду и медные трубы» несколько раз в любом из бизнесов. В моем арсенале более 10 бизнесов в B2C и пара бизнесов в B2B. Один из них я вывел в ТОП 3 в России в своей нише по совокупности факторов. В 2021 году я завоевал высшую награду в международном конкурсе профессионального мастерства.

Уже несколько лет я являюсь серийным предпринимателем, ведущим несколько бизнесов одновременно и более 8 лет помогаю другим доставать их бизнес из разных уровней (в том числе и долгов) и увеличивать прибыль в несколько раз.

На данный момент уже более 500 предпринимателей прошли моё обучение и большинство компаний увеличили свой доход от 1,2 до 17 раз.

Чего и Вам желаю.

А за создание этой книги я благодарю своих родителей, бога и вселенную, любимых жену и дочку, моих учителей - наставников и разнообразных клиентов (да, они тоже многому учат) и настоящих друзей, которые со мной как минимум половину жизни - Виталика, Колю и Андрея Христофоровича.

Еще одна маленькая, но очень важная рекомендация.

Прочтя главу, не торопитесь читать следующую.

Сделайте практическую работу, обязательно «переспите» хотя бы одну ночь, и только тогда приступайте к изучению следующей главы. Так будет эффективнее.

Пристегнитесь, Ваш самолёт (бизнес) готов к взлёту!

ВВЕДЕНИЕ. ПРАВИЛА ИГРЫ

Добро пожаловать на стартовую линию. Если вы держите в руках эту книгу, значит, вам надоело топтаться на месте. Вам надоело смотреть, как оборот компании растет, а количество денег в вашем личном кармане остается прежним. Вам надоело слушать оправдания маркетологов, жалобы продавцов и бесконечно тушить пожары внутри собственной компании.

Вы здесь, потому что готовы к радикальным переменам. И у меня для вас хорошая новость: удвоение чистой прибыли за 100 дней — это не магия, не везение и не стечение обстоятельств. Это точный инженерный расчет, математика и дисциплина.

В этом введении мы разберем правила игры, по которым вам придется жить следующие три с небольшим месяца. Без принятия этих правил книга останется лишь очередным прочитанным бизнес-романчиком. С их принятием — она превратится в самый прибыльный инвестиционный инструмент в вашей жизни.

Факт 1. Почему 100 дней — это идеальный спринт для бизнеса

Большинство предпринимателей совершают одну и ту же

ошибку: они планируют стратегию на годы вперед. «Мы вырастем в 3 раза за 5 лет», — говорят они. Что происходит в реальности? Фокус размывается. Мозг человека устроен так, что если у него есть год на выполнение задачи, он будет выполнять ее год. В психологии это называется Законом Паркинсона. Далёкие дедлайны расслабляют команду и усыпляют бдительность собственника. Год — это слишком долго. За год может измениться рынок, законы, курсы валют и экономическая ситуация.

100 дней — это идеальный горизонт планирования по трем причинам:

Психологическая мобилизация. 100 дней — это короткий отрезок, который мозг способно воспринимать без паники. Это контролируемый спринт. Вы можете визуализировать финал, вы видите финишную черту, а значит, готовы выложиться на максимум. Напряжение и фокус сохраняются на протяжении всего пути.

Скорость тестирования гипотез. В современном бизнесе побеждает не самый умный или самый богатый, а самый быстрый. За 100 дней вы успеете запустить, протестировать и внедрить десятки изменений. Если гипотеза не работает, вы узнаете об этом через 3 дня, а не через полгода, и быстро скорректируете курс.

Ощутимый результат здесь и сейчас. Первые плоды системной работы вы увидите уже через две-три недели. Это даст мощный прилив дофамина вам и вашей команде. Вы

поймете, что система работает, и этот азарт понесет вас вперед.

100 дней — это ровно столько, сколько нужно, чтобы перестроить ключевые узлы вашего бизнес-механизма, не разрушив его до основания.

Факт 2. Главная формула прибыли: декомпозиция на 5 рычагов

Если вы спросите обычного предпринимателя: «Как тебе увеличить прибыль в два раза?», он, скорее всего, ответит: «Мне нужно в два раза больше клиентов» или «Мне нужно в два раза больше продавать». Это самый прямолинейный, дорогой и зачастую ошибочный путь.

Удвоить количество клиентов — это значит удвоить рекламный бюджет, нанять еще столько же продавцов, увеличить нагрузку на производство или логистику. В итоге расходы вырастут пропорционально, а чистая прибыль может даже упасть.

Мы пойдем другим путем. Мы разложим прибыль на составляющие.

Существует базовая формула пяти рычагов, из которых складывается ваша выручка и, как следствие, прибыль:

$$\text{Прибыль} = (L * Cv * \$ P * N) * \text{Margin} - \text{Expenses}$$

Где:

L (Leads) — Лиды: количество потенциальных клиентов,

которые узнали о вас и проявили интерес (зашли на сайт, позвонили, оставили заявку).

Cv (Conversion) — Конверсия: процент лидов, которые превратились в реальных покупателей.

\$ P (Average Price) — Средний чек: сколько денег в среднем оставляет клиент за одну покупку.

N (Number of transactions) — Частота покупок: сколько раз один и тот же клиент покупает у вас за определенный период (например, за те же 100 дней).

Margin (Маржинальность) — Рентабельность: какой процент от стоимости товара или услуги составляет ваша чистая прибыль после вычета себестоимости.

Expenses — Постоянные расходы: аренда, ФОТ, налоги, софт и т.д.

По русски:

Прибыль = (Лиды*Конверсию*Средний чек*Частоту покупок) * Маржинальность – «Косты» (постоянные расходы)

Магия малых чисел:

Вам не нужно увеличивать каждый из этих показателей в два раза. Математика бизнеса работает по принципу сложного процента. Давайте представим, что мы увеличим каждый из 5 ключевых показателей (Лиды, Конверсия, Средний чек, Частота покупок, Маржа) всего на 15%.

Посчитаем

$$1.15 * 1.15 * 1.15 * 1.15 * 1.15 = 2.01$$

Увеличив каждый показатель **всего на 15%**, на выходе вы получаете увеличение чистой прибыли **более, чем в 2 раза (на 101%)**.

Поднять конверсию с 5% до 5.75% — реально? Абсолютно. Поднять цены на 15%? Легко, если сделать это правильно. Напомнить старым клиентам о себе и продать им еще раз? Простая задача. В течение следующих 100 дней мы будем последовательно, шаг за шагом, докручивать каждый из этих коэффициентов.

Факт 3. Психология собственника: выход из операционки на уровень Архитектора прибыли

Главный тормоз вашего бизнеса — это Вы сами. Жестоко? Возможно. Но это правда, которую необходимо признать на нулевом километре нашего путешествия.

Большинство создателей малого и среднего бизнеса находятся в ловушке «самозанятости высшего уровня».

Вы думаете, что вы бизнесмен, но на самом деле вы — главный разнорабочий в своей компании. Вы лучший продавец, вы контролируете закупки, вы проверяете макеты маркетологов, вы мирите разругавшихся сотрудников и лично

разгребаете проблемы с недовольными клиентами. Вы находитесь внутри коробки. А находясь внутри коробки, невозможно прочитать то, что написано на ее этикетке.

Эта операционная рутина («тушение пожаров») сжигает весь ваш стратегический ресурс. У вас просто не остается энергии и времени на то, чтобы думать о прибыли. Вы заняты процессом, а не результатом.

Чтобы пройти этот 100-дневный трек и удвоить прибыль, вам придется пережить ментальную трансформацию и сменить роль:

Кем вы являетесь сейчас (Пожарный/Исполнитель): Ваш фокус направлен на вопрос «Как сделать эту работу?». Вы постоянно перегружены, выполняете функции за своих сотрудников, боитесь делегировать («хочешь сделать хорошо — сделай сам») и считаете, что без вас всё рухнет. Спойлер: если без вас всё рухнет, у вас нет бизнеса. У вас есть работа, на которой вы сами себе жесткий начальник.

Кем вы должны стать (Архитектор прибыли / Системный интегратор): Ваш фокус переключается на вопрос «Кто это сделает?» и «Какая система/процесс сделает это автоматически?». Архитектор не кладет кирпичи сам. Он создает чертеж, нанимает каменщиков, дает им правильный инструмент и контролирует метрики.

Ваша главная задача на следующие 100 дней — перестать работать *в* бизнесе и начать работать *над* бизнесом. Вы должны научиться смотреть на свою компанию как на набор вза-

имосвязанных цифр и алгоритмов. Если показатель конверсии низкий — мы меняем скрипт или продавца, а не бежим продавать самостоятельно. Если маржа падает — мы пересматриваем контракты с поставщиками или поднимаем чек, а не работаем по ночам, чтобы компенсировать убытки объемами.

Практическое задание к Введению (День 0)

Прежде чем перевернуть страницу и углубиться в Часть I, выполните три простых действия:

Зафиксируйте точку А. Выпишите на листок чистую прибыль вашей компании за прошлый месяц. Не оборот, не грязную выручку, а именно те деньги, которые вы можете вынуть из бизнеса без ущерба для его жизнедеятельности. Умножьте эту цифру на два. Напишите получившуюся сумму крупным шрифтом. Это ваша цель на 100-й день.

Освободите время. Выделите в своем календаре минимум 2 часа каждый день (в идеале — утро, пока не затянула текучка), которые вы будете тратить исключительно на внедрение инструментов из этой книги. Назовите это время «Стратегический час». Никаких звонков, никаких планерок, никаких клиентов в эти 120 минут.

Примите решение. Дайте себе слово, что дойдете до конца. Будет трудно. Система будет сопротивляться, сотрудники будут саботировать изменения, а старые привыч-

ки будут утягивать вас обратно в болото операционки. Но помните: если вы будете делать то, что делали всегда, вы получите тот же результат, что имели всегда.

В книге применены профессиональные термины, опишу некоторые:

B2C – Бизнес «для Клиента» - розничный бизнес, направленный на реализацию продукта или услуги для конечного потребителя.

B2B – Бизнес «для Бизнеса» - оптовая торговля или оказание услуг для розничного или иного бизнеса.

B2G – Бизнес «для Государства» - поставки продукции или услуги для государственных органов или по гос заказам.

KPI - (Key Performance Indicator) — это числовой показатель, который помогает измерить результативность и эффективность работы сотрудника, отдела или всей компании.

LTV (Lifetime Value) – Жизненная ценность клиента. То есть — это метрика, которая показывает, сколько денег в среднем принесёт один клиент за всё время сотрудничества с компанией: от первой покупки до последней.

Правила озвучены. Формула задана. Роль Архитектора принята.

Переходим к Дню 1. Начнем с жесткого аудита.

ЧАСТЬ I. Дни 1–15. Великий аудит и поиск «подводных камней»

Главная цель: Понять, где бизнес теряет деньги прямо сейчас, очистить фундамент от иллюзий и найти скрытые ресурсы для удвоения прибыли.

Глава 1. Оцифровка реальности: Оборот — это тщеславие, прибыль — это реальность

Большинство предпринимателей живут в состоянии «кассового галлюциноза». Если на расчетном счету или в кассе есть деньги, им кажется, что бизнес успешен и генерирует прибыль. Это главная ловушка малого и среднего бизнеса. Оборот компании может расти, маскируя огромные кассовые разрывы, нерентабельные направления и банальный слив капитала. Чтобы вырасти в два раза, нужно сначала понять, из какой именно точки мы стартуем.

История 1. Кофейня «Bean & Bloom» (B2C)

Ошибка Игоря (Иллюзия полного зала):

Игорь владел уютной кофейней в спальном районе. Каждый день мимо стойки проходили сотни людей, бариста едва успевали варить капучино, а по вечерам свободных столиков не было. В конце месяца выручка составляла солидные 1,5 миллиона рублей. Игорь был уверен, что дела идут отлично, и регулярно забирал из кассы по 200–300 тысяч рублей на личные расходы.

Проблемы начались, когда арендодатель попросил оплатить аренду за два месяца вперед, а поставщик кофе выставил счет на предоплату. Денег на счету не оказалось. Игорь

не понимал: «Как так? Зал полный, оборот огромный, а платить нечем!».

Грамотные действия Архитектора:

В рамках аудита Игорь впервые разделил личные деньги и деньги бизнеса, а также составил три базовых отчета: ДДС (Движение денежных средств), ОПиУ (Отчет о прибылях и убытках) и Баланс. Выяснилось, что из 1,5 миллионов оборота чистая прибыль составляла всего 70 тысяч рублей (рентабельность менее 5%).

Куда уходили деньги? Игорь списывал на расходы «мелочи», которые не учитывал: бесплатный кофе для друзей, испорченное молоко, слишком высокие представительские расходы, огромные комиссии сервисов доставки (до 35% от чека) и воровство персонала из-за отсутствия жесткого учета стаканчиков. Оцифровка показала, что кофейня работала на грани самоокупаемости, а Игорь забирал деньги из оборотных средств, фактически грабя собственный бизнес.

История 2. Компания «БьютиСнаб» (B2B)

Ошибка Олега (Погоня за крупными контрактами):

Олег занимался оптовыми поставками оборудования и расходников для салонов красоты. Его гордостью был контракт с крупной сетью студий маникюра и педикюра, которая закупала аппараты, пилки и гель-лаки на 5 миллионов рублей в месяц. Олег давал этой сети максимальную скидку (25%) и отсрочку платежа на 45 дней, чтобы «удержать стратегического клиента». Из-за этого «БьютиСнаб» постоянно

брал овердрафты в банке, чтобы закупать товар у производителей под другие заказы.

Грамотные действия Архитектора:

Когда Олег посчитал чистую маржинальность по каждому клиенту с учетом стоимости замороженных в дебиторской задолженности денег и процентов по банковскому кредиту, его ждал шок. Оказалось, что обслуживание «стратегического» клиента приносило компании чистый убыток в размере 120 тысяч рублей в месяц. Крупный оборот создавал лишь видимость масштаба.

Олег пересчитал экономику, отменил индивидуальную скидку для сети и сократил отсрочку до 10 дней. Сеть попыталась уйти к конкурентам, но столкнулась с ухудшением сервиса и через две недели вернулась на новых, выгодных для Олега условиях. Высвободившиеся оборотные деньги позволили закрыть кредит и сразу увеличить чистую прибыль компании на 18%.

Практические действия к Главе 1 (Дни 1–5):

Посчитайте три главных показателя за прошлый месяц:

Маржинальная прибыль = Выручка – Переменные расходы (себестоимость сырья/товара, закупка, логистика сделки).

Чистая прибыль = Маржинальная прибыль – Постоян-

ные расходы (аренда, фиксированная з/п, налоги, маркетинг, софт).

Рентабельность по чистой прибыли = (Чистая прибыль / Выручка) × 100%.

Заведите жесткое правило: Личный карман и касса бизнеса разделены. Назначьте себе фиксированную зарплату как генеральному директору. Ни рубля больше этой суммы из кассы брать нельзя.

Задание на сегодня и чек-листы для контроля и эффективности:

Задание на сегодня: Выгрузите банковские выписки и кассовые отчеты за последние 30 дней. Разделите все поступления на «Обязательства» (авансы за недоделанную работу/неотгруженный товар) и «Фактическую выручку» (закрытые акты/доставленный товар). Посчитайте чистую маржу. Назначьте себе фиксированную зарплату как директора.

Чек-лист дня:

[] Выручка за прошлый месяц очищена от будущих обязательств и авансов.

[] Выписаны все постоянные расходы (аренда, ФОТ, налоги, сервисы).

[] Посчитана рентабельность по чистой прибыли ($\$ \text{Чистая} \backslash \text{Прибыль} / \text{Выручка} \backslash \times 100 \backslash \% \$$).

[] Личный кошелек заблокирован для нужд бизнеса;

определен размер личного оклада.

Глава 2. Инвентаризация дыр: Куда утекают лиды и бюджеты?

Бизнес с плохой конверсией и дырявыми процессами похож на ведро с дырками. Сколько бы воды (маркетингового бюджета) вы туда ни заливали, на дне останется лишь тонкий слой. До того, как увеличивать поток клиентов, нужно заделать основные пробоины, где компания теряет деньги прямо сейчас.



Дырявая воронка продаж

Лиды (Маркетинг) —> [Дыра: нет фиксации] —>
Слив 30% лидов
Менеджеры/Бариста —> [Дыра: нет скриптов/сервиса]
—> Слив 40% клиентов
Итог: Огромные затраты на рекламу при минимальной чистой прибыли на выходе.

История 1. Кофейня «Bean & Bloom» (B2C)

Ошибка Игоря (Игнорирование утреннего пика):

Игорь жаловался, что реклама в соцсетях не приносит прибыли. Люди приходили, но выручка не росла. На аудите Игорь решил лично провести утро в кофейне и понаблюдать за процессами с 8:00 до 10:00 — в пиковое время, когда люди спешат на работу.

Он увидел страшную картину: очередь составляла 7–9 человек. Один бариста медленно принимал заказ, рассчитывал клиента, а затем сам шел варить кофе. Среднее время ожидания составляло 6 минут. Игорь заметил, как за эти два часа 14 человек заглянули в дверь, увидели очередь, развернулись и ушли к конкурентам через дорогу. Кофейня ежедневно теряла до 30% утренней выручки просто потому, что не могла быстро обслужить поток.

Грамотные действия Архитектора:

Игорь изменил бизнес-процесс. На утренние часы (с 7:30 до 11:00) он вывел на смену второго сотрудника — ранеро-кассира. Этот человек только принимал заказы, упаковывал выпечку и рассчитывал гостей, а профессиональный бариста только непрерывно варил кофе. Время отдачи заказа сократилось до 1,5 минут. Очередь исчезла, а выручка утреннего пика выросла на 42% в первую же неделю без единого рубля затрат на маркетинг.

История 2. Компания «БьютиСнаб» (B2B)

Ошибка Олега (Слив заявок в отделе продаж):

Олег тратил на контекстную рекламу и продвижение сайта 200 000 рублей в месяц. Маркетологи отчитывались о сот-

нях заявок (лидов) от салонов красоты, которым нужны были расходники, кресла, лампы и воски для депиляции. Но менеджеры по продажам утверждали, что «лиды идут мусорные и нецелевые, никто ничего не покупает».

Грамотные действия Архитектора:

Олег решил проверить путь лида. Он залез в CRM-систему и выборочно прослушал 50 входящих звонков и историю переписок. Реальность оказалась пугающей:

35% звонков от новых клиентов менеджеры просто не принимали (было занято или никто не брал трубку), а перезванивали на следующий день, когда салон уже купил у других.

На вопрос парикмахера-стилиста: «Есть ли у вас в наличии краска бренда X?», менеджер отвечал: «Сейчас нет, будет через неделю» — и вешал трубку, вместо того чтобы предложить аналог или оформить предзаказ.

Заявки с сайта, оставленные после 18:00, обрабатывались только к полудню следующего дня.

Олег ввел жесткий регламент: скорость ответа на заявку в рабочее время — не более 15 минут. Все пропущенные звонки автоматически переадресовывались на личный мобильный руководителя отдела продаж. Менеджерам запретили вешать трубку без предложения альтернативного товара. За счет простой ликвидации этих «дыр» конверсия из заявки в оплату выросла с 12% до 28%. Число продаж увеличилось более чем в два раза на том же самом объеме рекла-

мы.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.