

Андрей Леонов

SCORIFYRANK:

КАК ПРЕВРАТИТЬ ХАОС TELEGRAM-ЧАТОВ В КОНВЕЙЕР СДЕЛОК

Как создавался проект, какие боли он решает
и как устроен — без строчки исходного кода



ТЫСЯЧИ ИСТОЧНИКОВ
Telegram-чаты, каналы,
группы и боты



МИЛЛИОНЫ СООБЩЕНИЙ
Хранение и обработка
в высоких нагрузках



ИИ И СКОРИНГ
Определяем ценность
и намерение



БОЛЬШЕ СДЕЛОК
Ни один тёплый контакт
не теряется

РЕАЛЬНЫЕ ВНЕДРЕНИЯ • ПРОВЕРЕНО НА ПРАКТИКЕ • РЕЗУЛЬТАТ В ДЕНЬГАХ

Андрей Леонов

ScorifyRank: как превратить хаос Telegram-чатов в конвейер сделок

*<https://litres.ru/74436604>
SelfPub; 2026*

Аннотация

ScorifyRank — высоконагруженная система скоринга Telegram: поиск, анализ и ранжирование переписки в структурированные сигналы — лиды, сделки, события. Книга рассказывает, как проект создавался: от ручного разбора чатов до платформы из одиннадцати Docker-сервисов с очередями, фоновыми рабочими и языковыми моделями; какие боли снимает: потерянные лиды, забытые повторные касания, невидимая воронка продаж; и как устроена: тепловые профили контактов, сигналы потребности, экономика квалификации, выгрузка в Bitrix24 и amoCRM. Ни строчки исходного кода — только архитектурные решения, методология и цифры. Для владельцев бизнеса, руководителей продаж и разработчиков.

Содержание

Глава 1. Зачем эта книга	6
Чего в книге нет и почему	8
Как построены примеры	9
Три маршрута чтения	10
Как рождалась эта книга	11
Как пользоваться книгой	12
Глава 2. Боль рынка: деньги тонут в чатах	13
Три истории из практики	16
Почему старые инструменты не спасают	18
Анатомия потерянного лида	20
Психология забывания	22
Кому система не подойдёт	23
Боль разного калибра	24
Мифы о чатах	26
Рынок словами: куда всё движется	27
Сколько стоит потерянный лид	28
Глава 3. Идея: search, analyze, rank	29
Конвейер крупным планом	31
Частые вопросы об идее	33
Что система не делает — и почему это важно	35
Конвейер и люди: новые роли	36
Мысленный эксперимент: три года без конвейера	37

Письмо скептику	38
Конец ознакомительного фрагмента.	39

Андрей Леонов

ScorifyRank: как превратить хаос Telegram-чатОВ в конвейер сделок

ScorifyRank: как превратить хаос Telegram-чатОВ в конвейер сделок

Как создавался проект, какие боли он решает и как устроен — без строчки исходного кода

Автор: Андрей Леонов

Репозиторий проекта: <https://github.com/AndreyLeonov80/ScorifyRank>

Глава 1. Зачем эта книга

Эта книга — история создания ScorifyRank, системы, которая превращает хаос Telegram-чатов в упорядоченный конвейер сделок. В ней нет ни одной строчки исходного кода. Вместо этого здесь рассказывается, как система придумывалась и строилась, какую боль она снимает и как устроена изнутри — словами, понятными предпринимателю, маркетологу и разработчику.

Книга адресована трём типам читателей. Владельцу бизнеса она покажет, сколько денег теряется в переписках и как это исправить. Руководителю продаж — как построить процесс, в котором ни один тёплый контакт не забывается. Разработчику и архитектору — какие решения позволяют системе держать высокую нагрузку: тысячи источников, миллионы сообщений, круглосуточный анализ.

Читать книгу можно с любого места. Главы со второй по четвёртую объясняют проблему и идею. Главы с пятой по девятую описывают устройство системы: сервисы, нагрузки, данные, искусственный интеллект и скоринг. Последние три главы — про внедрения, коммерческую модель и будущее проекта. Полный исходный код системы открыт и лежит в репозитории, ссылка на который дана в финальной главе.

Автор книги и системы — Андрей Леонов. Всё, о чём рассказано дальше, проверено на практике: система работает,

обрабатывает реальные чаты и приносит реальные сделки.

Чего в книге нет и почему

В книге нет листингов программ, команд для терминала и пошаговых инструкций по установке. Это осознанное решение, а не упущение. Код устаревает быстрее, чем печатается книга: то, что сегодня занимает десять строк, завтра станет одной настройкой. Архитектурные решения, экономика и методология живут годами, синтаксис — месяцами. Поэтому книга говорит о решениях, а код живёт там, где ему место, — в открытом репозитории, ссылка на который дана в финале.

Здесь также нет скриншотов экранов. Интерфейс меняется чаще всего: кнопки переезжают, экраны переименовываются, появляются новые фильтры. Описывать кнопки в печатной книге — всё равно что рисовать карту реки во время половодья. Вместо скриншотов описываются экраны по смыслу: что на них видно, какие решения с их помощью принимаются.

Все цифры в книге — порядки величин, а не аудиторский отчёт. Названия компаний и имена людей изменены или опущены: переписка клиентов конфиденциальна, и книга соблюдает то же правило, что и система. Если где-то говорится «автодилер», это собирательный образ из нескольких внедрений, а не конкретная компания.

Как построены примеры

Каждая глава строится по одному шаблону: сначала ситуация из жизни, потом разбор, потом принцип, который из неё следует. Принципы собраны в конце глав повторяющимися формулировками — их можно выписывать отдельно, получится краткий конспект всей книги. Если времени мало, читайте первые абзацы глав и выводы: за пятнадцать минут вы получите полную карту, а детали доберёте позже.

Три маршрута чтения

Маршрут владельца: первая, вторая, третья, десятая, одиннадцатая и двенадцатая главы. Это путь от боли к деньгам: сколько теряется, как устроено решение, сколько стоит, что делать в понедельник утром. Технические главы можно пролистать — достаточно понимать, что система выдерживает нагрузку и хранит данные локально.

Маршрут руководителя продаж: вторая, третья, девятая и десятая главы. Это путь от хаоса к процессу: какие сигналы бывают, как устроена воронка, как внедрить утренний ритуал списков. Главы про очереди и базы данных можно пропустить без потери смысла.

Маршрут архитектора: с четвёртой по девятую главы подряд. Это путь от монолита к конвейеру: какие решения принимались, чем они оплачены, что бы мы сделали иначе. Главы про коммерцию читайте по желанию — но хотя бы проглядите, потому что лицензионная модель повлияла на архитектуру сильнее, чем кажется.

Как рождалась эта книга

Книга не писалась с нуля за месяц. Она выросла из сотен коротких записок, которые велись с первого дня проекта: каждое решение, каждая авария, каждый вывод фиксировались в день события. Записки копились в папке документации, пока их не стало так много, что из них проступил скелет: боли, конвейер, нагрузки, скоринг, внедрения. Главы этой книги — это выросшие и причёсанные записки.

Такой способ рождения определил стиль: мало теории, много практики. За каждым принципом стоит конкретная история с датой и последствиями. Провалы описаны наравне с победами — не из скромности, а потому что провалы учили сильнее. Читатель получает не учебник, а журнал экспедиции: вот что мы встретили, вот как прошли.

Отсюда совет читателю, который строит своё: ведите записки с первого дня. Решение, не записанное в день принятия, через месяц обрастает мифами: все помнят, что решили, никто не помнит почему. А «почему» важнее «что»: обстоятельства меняются, и старое решение приходится пересматривать. Без записи причин пересмотр превращается в гадание.

Как пользоваться книгой

Не пытайтесь запомнить всё сразу. Отмечайте главы, которые относятся к вашей ситуации. Если вы продаёте через мессенджеры — начните со второй главы о боли рынка. Если вы строите похожую систему — ваше место в главах с шестой по девятую. Если думаете о покупке или внедрении — читайте десятую и одиннадцатую.

Термины в книге используются простые. Сигнал — это структурированный вывод системы: факт, оценка или рекомендация, извлечённые из сообщений. Скоринг — присвоение контакту или сделке числовой оценки и стадии. Источник — любой Telegram-чат, канал, группа или диалог, который система читает. Конвейер — последовательность шагов от чтения сообщений до сделки в CRM.

Глава 2. Боль рынка: деньги тонут в чатах

Главный канал продаж в русскоязычном бизнесе давно сместился в мессенджеры. Автомобили, недвижимость, образование, медицина, услуги — везде первый контакт, уточнение деталей, торг и даже оплата обсуждаются в чатах. Руководители привыкли думать, что у них есть CRM и отдел продаж, а значит, всё под контролем. На практике между сообщением клиента и записью в CRM лежит пропасть, в которую падают деньги.

Представьте типичный день менеджера по продажам. Утром он открывает десяток чатов: три канала с входящими заявками, пять переписок с клиентами на разных стадиях, два групповых чата, куда заявки падают вместе с болтовнёй. К обеду сообщений уже сотни. Вечером менеджер вносит в CRM то, что запомнил. Запомнил он примерно треть. Остальное — тёплые контакты, уточняющие вопросы, возражения, обещания перезвонить — остаётся лежать в ленте и умирает там.

Первая боль — скорость. Клиент, написавший в общий чат, ждёт ответа минутами, а не днями. Исследования поведения покупателей раз за разом показывают одно и то же: вероятность сделки резко падает с каждым часом молчания.

Но менеджер физически не может следить за всеми чатами одновременно, а ночью и в выходные не следит никто.

Вторая боль — забытые повторные касания. Большинство сделок закрывается не с первого ответа, а с третьего-пятого контакта. Покупатель спросил наличие, попросил подумать, пропал на неделю — и о нём забыли. Через месяц он купил у конкурента, который просто написал вовремя. Это самая дорогая категория потерь: люди, которые уже хотели купить.

Третья боль — отсутствие квалификации. Все входящие выглядят одинаково, и менеджер тратит время на любопытствующих, пока горячий клиент ждёт. Нет системы, которая сказала бы: вот эти пять человек готовы покупать сегодня, а эти пятьдесят — просто спрашивают цены.

Четвёртая боль — разрозненность данных. Один и тот же клиент пишет в канал, в личку и в групповой чат под разными именами. Для менеджера это три разных человека. История общения рвётся, контекст теряется, клиенту задают одни и те же вопросы по кругу.

Пятая боль — невидимость для руководителя. Владелец бизнеса видит отчёты из CRM, а CRM видит только то, что менеджеры туда внесли. Реальная картина — сколько было обращений, сколько потеряно, на каком этапе и почему, — остаётся за кадром. Управлять можно только тем, что измерено, а чаты никто не измеряет.

Шестая боль — рутина, съедающая экспертов. Сильные продавцы тратят часы на перечитывание лент, поиск нужно-

го сообщения, копирование текстов в CRM, составление отчётов. Это работа, которую должна делать машина, а machine её не делает, потому что никто её не построил.

Отдельные инструменты каждую из этих болей закрывают лишь частично. CRM хранит то, что в неё внесли, но не читает чаты. Парсеры собирают сообщения, но не понимают смысл. Чат-боты отвечают по сценариям, но не ведут сложные сделки. Ручной разбор чатов работает, пока чатов десять, и ломается, когда их становится сто. Нужна была система, которая соединяет всё: читает, понимает, оценивает и доводит до сделки.

Именно из этой потребности родился ScorifyRank. Его задача формулируется одной фразой: ни один человек, готовый купить, не должен потеряться в ленте сообщений.

Три истории из практики

История первая. Автодилер, три showroom, общий чат на несколько тысяч подписчиков и личка менеджеров. Владелец был уверен, что отдел из шести человек держит всё под контролем. Разбор месяца переписки показал: сорок три человека спрашивали конкретные комплектации и цены, получили ответ и пропали. Им никто не написал повторно. По среднему чеку это были десятки миллионов рублей недополученной выручки. Самое обидное — менеджеры не ленились, они просто не помнили. Человеческая память не предназначена для учёта сотен диалогов.

История вторая. Онлайн-школа, набор на поток, заявки падают в три чата и в личку кураторам. Конверсия из заявки в оплату — одиннадцать процентов, и все смирились: «такой рынок». Разбор показал, что треть не дошедших до оплаты задавала один и тот же вопрос про рассрочку и не получала внятного ответа дольше суток. Ответили бы за час — каждый пятый из них оплатил бы. Проблема была не в продукте и не в цене, а в скорости одного конкретного ответа. Этого никто не видел, потому что никто не измерял время ответа по типам вопросов.

История третья. Небольшое агентство услуг, два партнёра ведут всё сами. Клиенты пишут в мессенджер основателю, он отвечает между встречами, вечером переносит в табли-

цу. Однажды он уехал в отпуск на две недели, и таблица не обновлялась. Вернувшись, обнаружил семь необработанных запросов, три из которых уже купили у конкурентов. Потери маленькой компании от двух недель тишины оказались сопоставимы с месячной прибылью. Вывод: процесс, который держится на памяти одного человека, — это не процесс, а лотерея.

Общее у всех трёх историй одно: никто не был виноват. Люди старались. Виновата была архитектура работы — точнее, её отсутствие. Сообщения приходили быстрее, чем их успевали осмыслять, а инструментов осмысления не было.

Почему старые инструменты не спасают

Казалось бы, всё уже придумано: CRM-системы, парсеры, чат-боты, аналитики. Почему же деньги продолжают тонуть? Потому что каждый инструмент закрывает свой кусок, а разрыв — между ними.

CRM хранит то, что в неё внесли. Но внесение — ручная работа, а ручная работа всегда отстаёт и всегда неполна. CRM отвечает на вопрос «что мы записали», а бизнесу нужен ответ на вопрос «что происходит». Это разные вопросы.

Парсеры и выгрузки собирают сообщения в таблицы. Таблица из ста тысяч строк — это не ответ, это новая форма той же проблемы. Человек не может прочитать сто тысяч строк, а машина в парсере их не понимает. Данные есть, смысла нет.

Чат-боты отвечают по сценариям. Они хороши для типовых вопросов: часы работы, адрес, цена из прайса. Но сделка редко идёт по сценарию: клиент сомневается, сравнивает, торгуется, пропадает, возвращается с новым вопросом. Сценарный бот в такой ситуации либо отвечает невпопад, либо зовёт человека — и мы возвращаемся к исходной точке.

Найм дополнительных менеджеров масштабирует проблему, а не решает её. Два менеджера забывают вдвое больше, чем один, плюс добавляют несогласованность: один обещал скидку, другой о ней не знает. Без системы люди — это не

решение, это множитель хаоса.

Ручной аудит переписок работает, но не масштабируется. Нанятый аналитик за неделю разберёт месяц одного чата и найдёт золото. Через месяц чат снова зарастёт, а аналитик стоит дорого и тоже человек. Разовый аудит — отличное начало, что и используется во внедрениях, но как постоянный процесс он не работает.

Нужен был инструмент нового типа: такой же неутомимый, как парсер, такой же понимающий, как аналитик, и такой же практичный, как CRM. Читать всё, понимать смысл, раскладывать по полкам и подсказывать следующий шаг. Именно это и делает конвейер, описанный в следующих главах.

Анатомия потерянного лида

Разберём гибель одного лида по минутам, чтобы увидеть, где именно рвётся нить. Вторник, десять утра: посетитель канала спрашивает, есть ли товар в нужном цвете и можно ли забрать сегодня. Сообщение видят двести человек и один занятый менеджер. Менеджер отвечает через сорок минут: да, есть, приезжайте. Клиент не отвечает — он уже ушёл по делам, уведомление утонуло.

Среда: менеджер вспоминает про вчерашний вопрос и пишет «актуально?». Клиент читает мельком и откладывает: он уже смотрит варианты у конкурента, где ответили за пять минут. Пятница: менеджер, разбирая ленту, натывается на переписку и пишет снова. Клиент уже купил. Три касания, ноль результата — а всё решилось бы одним быстрым ответом во вторник и одним напоминанием в среду вечером.

Заметьте: менеджер сделал всё, что мог. Он ответил, он напомнил дважды. Проиграли скорость первого ответа и точность второго касания. Машина в этой истории нужна была дважды: мгновенно подсветить горящий вопрос среди сотен сообщений и вовремя напомнить о повторном касании с подсказкой, что писать. Это и есть два самых ценных сигнала системы: «ответь сейчас» и «напиши сегодня».

А теперь умножьте эту историю на десятки таких еженедельно. Каждый по отдельности — мелочь, о которой забы-

вают к пятнице. Вместе — та самая треть выручки, о которой говорилось выше. Потери в чатах устроены коварно: они состоят из мелочей, каждую из которых легко простить, а сумма оказывается смертельной.

Психология забывания

Почему умные и старательные люди систематически забывают клиентов? Потому что память человека устроена не как база данных. Она держит ярко и недолго: последнее сообщение помнится, позавчерашнее — уже нет. Она путает важное со срочным: орущий недовольный заслоняет тихо готового купить. Она устаёт к вечеру: решения, принятые в шесть вечера, хуже утренних.

Лента мессенджера эксплуатирует все слабости памяти сразу. Новые сообщения сталкиваются старые вниз, и старое автоматически кажется менее важным, хотя горячий клиент недельной давности важнее сегодняшней болтовни. Групповые чаты смешивают десятки сюжетов в один поток, и мозг, не справляясь, переходит в режим скольжения: глаза читают, смысл не фиксируется.

Вывод неутешительный и освобождающий одновременно: забывать — нормально, это биология. Ненормально — строить на биологии бизнес-процесс. Память должна быть внешней: списки, напоминания, воронки. Раньше внешнюю память строили из таблиц и CRM, куда человек вносил то, что помнил, — порочный круг. Теперь её строит машина, которая читает всё и не устаёт. Круг размыкается.

Кому система не подойдёт

Честность требует назвать и обратное: кому конвейер не нужен. Если все продажи идут через один-два личных контакта и владелец помнит каждого клиента в лицо — система избыточна. Если обращений меньше десятка в месяц — хватит таблицы и дисциплины. Если бизнес продаёт один раз в год по тендеру с полугодовым циклом — боль не в скорости и забывчивости, а в политике и отношениях, и конвейер тут не поможет.

Не подойдёт система и тем, кто ищет волшебную кнопку. Конвейер усиливает процесс, но не создаёт его из ничего. Если менеджеры не отвечают в принципе, если товар неконкурентоспособен, если цены взяты с потолка — машина честно покажет цифры провала, но не исправит его. Технологии умножают то, что есть: ноль, умноженный на конвейер, остаётся нулём.

Идеальный клиент выглядит так: от сотни обращений в месяц из мессенджеров, команда от двух менеджеров, средний чек, при котором одна спасённая сделка окупает месяцы подписки, и владелец, готовый смотреть в цифры. Таких бизнесов — тысячи. Именно для них писалась эта книга.

Боль разного калибра

Одна и та же болезнь выглядит по-разному в компаниях разного размера. Самозанятый мастер тонет лично: десять переписок — уже предел, отпуск невозможен, каждый пропущенный звонок — это аренда, которую нечем платить. Ему нужен один список и одни напоминания, без воронок и дашбордов. Простота здесь важнее мощности.

Малый бизнес на пять-десять человек тонет командно: заявки падают в общий чат, их разбирают кто успел, два менеджера отвечают одному клиенту разное. Боль — несогласованность. Лечится распределением: кому какой источник, кто за что отвечает, общий список без дублей.

Средний бизнес на пятьдесят человек тонет структурно: отделы не видят друг друга, маркетинг приводит лидов, продажи их хоронят, руководство смотрит отчёты, не отражающие реальность. Боль — невидимость. Лечится сквозной воронкой от первого сообщения до оплаты, одинаковой для всех.

Крупный бизнес тонет в масштабе: тысячи обращений, десятки менеджеров, регионы. Боль — управляемость. Лечится стандартами: единые стадии, единые метрики, сравнение команд между собой. Конвейер здесь — уже не помощник, а инфраструктура, как телефония или почта.

Разный калибр — разные внедрения, но механика одна:

читать всё, ранжировать, не забывать. Масштаб меняет конфигурацию, а не принцип.

Мифы о чатах

Вокруг продаж в мессенджерах сложились мифы, мешающие трезво оценивать ситуацию. Разберём главные.

Миф первый: «у нас всё под контролем, менеджеры отчитываются». Отчёты показывают внесённое, а не произошедшее. Проверка проста: возьмите случайную неделю переписки и сверьте с отчётами. Разрыв в треть — обычный результат. Контроль без измерения потока — это контроль отчётов, а не продаж.

Миф второй: «клиенты сами перезвонят, если им надо». Не перезвонят. Клиент, которому нужно, пишет туда, где отвечают быстро. Молчание продавца читается как равнодушие, а равнодушие лечится конкурентом. Активность продавца — часть продукта, а не бонус к нему.

Миф третий: «бот решит проблему». Бот решит проблему типовых вопросов и создаст проблему нетиповых: клиент с нестандартной ситуацией упрётся в сценарий и уйдёт злым. Бот — кассир для простых покупок, а не продавец для сложных. Путать их — терять сложных, то есть дорогих.

Миф четвёртый: «мы маленькие, нам рано». Маленьким нужнее: у них нет запаса прочности на потери. Один спасённый клиент в месяц для маленькой компании — это проценты выручки, для большой — десятые доли. Отдача от порядка обратно пропорциональна размеру.

Рынок словами: куда всё движется

Три тренда делают тему книги важнее с каждым годом. Первый — мессенджеры съедают всё новые куски коммерции: каталоги, оплаты, запись на услуги переезжают в чаты. Там, где раньше был сайт с формой, теперь диалог. Объём переписки растёт, а способность людей её переваривать — нет. Разрыв между потоком и обработкой расширяется, и в этом разрыве тонут деньги.

Второй — покупатели молодеют и не звонят. Поколение, выросшее с мессенджерами, воспринимает звонок без предупреждения как вторжение, а ожидание ответа дольше часа — как неуважение. Скорость и письменная форма становятся не преимуществом, а гигиеной: их отсутствие убивает сделку раньше, чем начинается торг.

Третий — языковые модели дешевеют и умнеют одновременно. То, что три года назад требовало штата аналитиков, сегодня делает конвейер за копейки на сообщение. Окно возможностей открыто: кто построит процесс раньше конкурентов, тот снимет сливки. Через несколько лет такой конвейер будет у всех — как сегодня CRM. Вопрос лишь в том, будете ли вы среди первых или среди догоняющих.

Сколько стоит потерянный лид

Посчитаем грубо, чтобы почувствовать масштаб. Возьмём небольшой бизнес: двести входящих обращений в месяц из чатов, средний чек пятьдесят тысяч рублей, обычная конверсия в сделку десять процентов. Это двадцать сделок и миллион рублей выручки.

Теперь предположим, что из-за медленных ответов, забытых касаний и отсутствия квалификации теряется треть тёплых контактов. Это не пессимистичная оценка — по нашему опыту, треть является скорее нижней границей. Потери составляют около трёхсот тысяч рублей в месяц, более трёх с половиной миллионов в год. Для малого бизнеса это разница между ростом и выживанием.

При этом стоимость решения несопоставимо ниже потерь. Пилотный проект, показывающий реальную картину по нескольким сотням диалогов, окупается первой же найденной забытой сделкой. Дальше система работает как страховка от забывчивости: каждое обращение прочитано, оценено и лежит на нужной полке.

Глава 3. Идея: search, analyze, rank

Название проекта расшифровывается как три глагола: искать, анализировать, ранжировать. Это и есть весь продукт в трёх словах. Сначала система находит информацию — читает указанные Telegram-источники и веб. Затем анализирует — понимает смысл сообщений с помощью языковых моделей. Затем ранжирует — превращает сырой текст в упорядоченные сигналы: кто готов покупать, кому написать сегодня, какая сделка под угрозой.

Ключевое слово здесь — сигналы. Менеджеру не нужны тысячи сообщений. Ему нужен короткий список: десять человек, которым стоит написать сегодня, с подсказкой, что именно написать каждому. Руководителю нужен не архив переписок, а воронка: сколько обращений, сколько квалифицировано, сколько в работе, где затык. Сигнал — это ответ на вопрос, а не сырьё для самостоятельного разбора.

Конвейер системы состоит из пяти шагов. Первый — чтение: система подключается к Telegram и скачивает сообщения из выбранных источников, бережно, с паузами, не нарушая правил мессенджера. Второй — хранение: сообщения складываются в локальные хранилища, где их можно быстро искать и считать. Третий — анализ: языковая модель читает тексты и извлекает факты, намерения, эмоции, даты, адреса. Четвёртый — скоринг: контакты получают оценки и стадии,

сделки двигаются по воронке. Пятый — действие: подсказки менеджеру, дайджесты руководителю, выгрузка в CRM.

Важнейший принцип проекта — локальность данных. Вся переписка хранится на компьютере клиента, в его собственной инфраструктуре. Наружу, на сервер лицензий, уходят только служебные метаданные: какая лицензия, до какого числа действует. Ни тексты сообщений, ни имена клиентов, ни сделки никогда не покидают периметр владельца. Это было архитектурным решением с первого дня, а не добавленной позже опцией: доверие в продажах строится на конфиденциальности.

Второй принцип — человек принимает решение, машина готовит. Система не рассылает сообщения сама и не закрывает сделки. Она готовит всё для решения: читает, раскладывает по полкам, подсказывает. Кнопку нажимает человек. Это осознанный выбор: автоматизация должна усиливать продавца, а не подменять его там, где важны отношения.

Третий принцип — постепенность. Систему можно внедрять по частям: сначала просто посмотреть, что творится в чатах; потом включить анализ; потом скоринг; потом CRM. Каждый шаг сам по себе даёт пользу и окупается, поэтому внедрение не требует революции в отделе продаж.

Конвейер крупным планом

Рассмотрим пять шагов конвейера подробнее, потому что на их стыках обычно и теряются деньги.

Чтение — это не просто скачивание. Система должна понимать, где она остановилась в прошлый раз, докачивать только новое, переживать обрывы связи и не дублировать уже скачанное. Каждое сообщение получает внутренний паспорт: из какого источника, с каким номером, когда опубликовано, кто автор. Без такого учёта невозможен ни анализ, ни доверие к цифрам: дважды посчитанное сообщение — это дважды посчитанный лид.

Хранение — это не свалка файлов, а слоёный пирог. Сырые сообщения лежат в журнале, готовые к пересчёту в любой момент. Разобранные — в аналитической базе, откуда их быстро доставать. Структурные сущности — сделки, настройки, задания — в реляционной базе. У каждого слоя свой срок жизни и свои правила чистки: сырьё хранится долго, кэши — недолго, временные файлы — до первой уборки.

Анализ — это перевод с человеческого на структурированный. Модель не просто читает, а заполняет карточку: кто, чего хочет, насколько срочно, какие факты упомянуты. Карточка — это контракт между анализом и всем остальным: скоринг, экраны и CRM работают не с текстом, а с карточками. Если завтра появится модель в десять раз лучше, менять

придётся только заполнение карточек, а не всю систему.

Скоринг — это расстановка приоритетов. Его главный вопрос: куда смотреть сначала. Тысяча контактов превращается в десять горячих, пятьдесят тёплых и остальные, которые подождут. Без скоринга анализ — это библиотека без каталога: всё есть, ничего не найти.

Действие — это замыкание контура. Сигнал, по которому никто не действует, — мёртвый сигнал. Поэтому у каждого сигнала есть адресат и срок: менеджеру — сегодня, руководителю — в дайджесте, в CRM — по правилам выгрузки. Конвейер считается работающим, только когда сигналы превращаются в звонки, встречи и оплаты.

Частые вопросы об идее

А если у нас нет чатов, а есть только звонки и почта? Принципы те же: читать всё, понимать смысл, ранжировать, не забывать. ScorifyRank начинался с мессенджера, потому что там боль острее всего, но архитектура конвейера не привязана к одному каналу. Звонки после расшифровки — это те же тексты. Почта — те же сообщения, только медленнее.

А если клиенты против, что их переписку читает машина? Во-первых, читает её машина владельца переписки, а не чужая: это те же сообщения, которые менеджер и так видит глазами. Во-вторых, данные не покидают периметр компании. В-третьих, честная формулировка в политике обработки данных снимает вопрос юридически. Практика показывает: клиенты против спама, а не против того, что им отвечают быстро и по делу.

А если команда маленькая, нам это не нужно? Маленькой команде конвейер нужен даже острее: там некому забывать. Когда founder ведёт всё сам, система — это его внешняя память. А когда команда вырастет, процесс уже будет построен, а не придуман на бегу.

А если у нас уже есть CRM, зачем ещё одна система? ScorifyRank не заменяет CRM, он её кормит. CRM — это учёт, конвейер — это добыча. Добыча без учёта бессмысленна, учёт без добычи пуст. Они работают в паре: конвейер на-

ходит и готовит, CRM хранит и напоминает.

Что система не делает — и почему это важно

Список того, чего система не делает, характеризует её точнее, чем список возможностей. Она не пишет клиентам сама. Она не принимает решения о скидках. Она не удаляет сообщения и не чистит чаты. Она не оценивает людей как личностей — только их готовность к сделке здесь и сейчас. Она не работает с тем, что ей не показывали: нет источника — нет сигналов.

Каждое «не» — это защита от злоупотреблений и ошибок. Автоотправка превратила бы помощника в спам-бота и убила бы доверие с первого провала. Решения о скидках требуют контекста, которого нет в переписке: маржи, складов, отношений. Удаление сообщений уничтожает улики для разбора ошибок. Оценка личности вместо готовности — путь к предвзятости, которую потом не вычистить.

Особенно важно последнее «не»: система честна о границах видимости. Если менеджер ведёт переговоры в личных сообщениях, которых система не читает, она так и скажет: «этого контакта я не вижу». Мнимая полнота опаснее честной неполноты: лучше знать, где слепые зоны, чем верить в картину, которой нет.

Конвейер и люди: новые роли

Внедрение конвейера меняет не только инструменты, но и роли в команде. Появляются три новые функции — не обязательно новые люди, но новые обязанности.

Первая — хозяин источников. Кто-то должен решать, какие чаты читаем, какие группы опроса им назначаем, когда отключаем отжившее. Без хозяина источники плодятся и замусориваются: подключают всё подряд, забывают отключать, и система тонет в шуме. Хороший хозяин раз в месяц проходит по списку и спрашивает: этот чат ещё кормит?

Вторая — редактор шаблонов. Языковые шаблоны требуют ухода: проверять ответы, подправлять формулировки, сравнивать версии. Это работа на стыке продаж и аналитики: нужно понимать и клиентов, и то, как думает модель. Сначала эту роль берёт на себя внедряющая команда, потом она переходит к самому внимательному менеджеру.

Третья — аудитор воронки. Раз в неделю кто-то смотрит конверсии, затыки и экономику и задаёт неудобные вопросы: почему просел торг, куда делись тёплые, что за всплеск расходов на анализ. Без регулярного аудита воронка превращается в аквариум из прошлой главы. С аудитом — в инструмент управления.

Мысленный эксперимент: три года без конвейера

Представьте бизнес, который решил «жить как жили». Что с ним будет через три года? Объём переписки вырастет вдвое — таков тренд. Штат менеджеров вырастет в полтора раза — больше людей нанять не позволит маржа. Нагрузка на каждого вырастет втрое. Качество ответов упадёт: уставшие люди отвечают хуже. Потери вырастут с трети до половины. Конкуренты, внедрившие конвейер, будут отвечать быстрее и дешевле — и забирать лучших клиентов.

Это не страшилка, а арифметика. Поток растёт, пропускная способность человека — нет. Разрыв закрывается только машиной. Вопрос не в том, внедрять ли автоматизацию чтения и ранжирования, а в том, когда: сейчас дёшево и спокойно или через три года дорого и в панике. Книга, которую вы читаете, — аргумент за «сейчас».

Письмо скептику

Дорогой скептик! Вы правы в главном: очередная система не спасёт плохие продажи. Если товар не нужен, цены безумны, а менеджеры хамят, конвейер лишь быстрее покажет катастрофу. Мы не спорим.

Но заметьте: «быстрее покажет катастрофу» — это уже ценность. Месяцы самообмана стоят дороже честного диагноза. Система как минимум превращает смутные подозрения в цифры, с которыми можно работать: вот где рвётся, вот сколько стоит, вот что чинить первым.

А если товар хорош и люди стараются — что тоже бывает чаще, чем принято думать, — то конвейер убирает единственное препятствие между старанием и результатом: ограниченность человеческой памяти и внимания. Не мотивацию, не квалификацию, не продукт. Просто забывчивость. Убрать её — недорого. Оставить — дорого. Решайте сами, мы лишь показали арифметику.

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.