БИЗНЕС НА СИСТЕМАХ

ПРОДАЖИ НА АВТОПИЛОТЕ

Как настроить ИИ-воронку, которая обрабатывает заявки без выходных

Пошаговая система без раздувания штата

ALEKSEY NIK

Бизнес на системах

Aleksey Nik

Продажи на автопилоте

«Автор»

2026

Nik A.

Продажи на автопилоте / A. Nik — «Автор», 2026 — (Бизнес на системах)

Заявка пришла в пятницу вечером. Ответили в понедельник. Клиент уже у конкурента.Знакомо? Реклама работает, заявки идут, но часть из них теряется между «оставил обращение» и «поговорил с менеджером». Не из-за плохого продукта, а из-за паузы, забывчивости и разного качества ответов.Эта книга — пошаговая система обработки входящих заявок для владельцев малого бизнеса, которые уже навели порядок внутри компании. Вы настроите быстрый первый ответ, квалификацию без допроса, этичные напоминания «зависшим» клиентам и контроль, чтобы ИИ не наобещал лишнего.Внутри: 12 глав, готовые промпты, учебные расчёты окупаемости, план запуска на 30 дней, чек-лист безопасности данных и калькулятор стоимости заявки. Программисты не нужны: хватит готовых сервисов и понятных инструкций.Честно: ИИ не создаёт спрос и не заменяет менеджера. Зато он не даёт заявкам пропасть, а менеджеру освобождает время для живых разговоров. Решения и ответственность остаются за вами, а эффект проверяется вашими цифрами.

© Nik A., 2026
© Автор, 2026

Содержание

ВВЕДЕНИЕ. От внутренней рутины к внешним продажам: чего ждать от ИИ-воронок 6
Ситуация 6
В чём проблема 7
Как это работает 8
Три слова, которые нельзя путать 8
Шесть звеньев системы 8
Три режима работы помощника 9
Чего ждать и чего не ждать 9
Как читать цифры в этой книге 9
Пошаговая инструкция: как подготовиться к чтению книги 11
Рабочие шаблоны 12
Шаблон 1. Аудит входящих каналов 12
Шаблон 2. Составление списка красных линий 12
Шаблон 3. Формулировка измеримой цели 12
Учебный кейс с расчётами 13
Ошибки внедрения 14
Как проверить, что работает 15
Вопросы владельцев 16
Чек-лист 17
Практическое задание 18
Переход к следующей главе 19
ГЛАВА 1. Анатомия входящей заявки: почему скорость реакции важнее скрипта 20
Ситуация 20
В чём проблема 21
Как это работает 22
Где здесь работает ИИ 23
Пошаговая инструкция 24
Рабочие шаблоны 25
Шаблон 1. Разбор заявки на части 25
Шаблон 2. Короткий первый ответ 25
Шаблон 3. Проверка полноты карточки 25
Учебный кейс с расчётами 26
Ошибки внедрения 28
Как проверить, что работает 29
Вопросы владельцев 30
Чек-лист 31
Практическое задание 32
Переход к следующей главе 33
ГЛАВА 2. Квалификация лида: как ИИ отсеивает «смотрителей» от реальных покупателей 34
Ситуация 34
В чём проблема 35
Как это работает 36
Что делает ИИ, а что человек 36

Пошаговая инструкция 37
Рабочие шаблоны 38
Шаблон 1. Инструкция для ведения квалификации 38
Шаблон 2. Присвоение статуса по итогам диалога 38
Шаблон 3. Вежливый отказ 38
Шаблон 4. Ручная проверка спорных случаев 39
Учебный кейс с расчётами 40
Ошибки внедрения 42
Как проверить, что работает 43
Вопросы владельцев 44
Чек-лист 45
Практическое задание 46
Переход к следующей главе 47
ГЛАВА 3. База знаний для продаж: чем она отличается от базы для поддержки 48
Ситуация 48
В чём проблема 49
Как это работает 50
Принципы отбора материалов 50
Пошаговая инструкция 51
Рабочие шаблоны 52
Шаблон 1. Очистка документа для базы продаж 52
Шаблон 2. Блок «Ориентиры» 52
Шаблон 3. Блок «Границы» 52
Шаблон 4. Ответ на частый вопрос в тоне менеджера 52
Шаблон 5. Инструкция «отвечай только по базе» 52
Учебный кейс с расчётами 54
Ошибки внедрения 55
Как проверить, что работает 56
Вопросы владельцев 57
Конец ознакомительного фрагмента. 58

Aleksey Nik
Продажи на автопилоте

ВВЕДЕНИЕ. От внутренней рутины к внешним продажам: чего ждать от ИИ-воронок

Ситуация

Допустим, вы владелец небольшой студии ремонта квартир. В штате семь человек: двое мастеров, прораб, сметчик, менеджер по продажам, администратор и вы сами. Сметчик больше не тратит вечера на ручное оформление смет, администратор не переписывает протоколы совещаний, договоры собираются из шаблонов за двадцать минут. Всё это вы наладили по первой книге серии, и внутренняя рутина перестала съедать рабочий день.

Но в понедельник утром вы открываете мессенджер и видите картину, которая от внедрения внутренних систем никуда не делась. За выходные пришло одиннадцать заявок. Три с сайта, четыре из мессенджера, две из рекламной формы, две пересланные знакомыми. Менеджер выйдет только в девять. К этому часу часть людей уже написала в другие студии, а часть просто забыла, что оставляла заявку.

Первая книга была про то, как навести порядок внутри компании. Эта книга про то, что происходит на входе: между моментом, когда человек обратился, и моментом, когда с ним начал работать живой менеджер. Именно в этом промежутке малый бизнес чаще всего теряет клиентов, которых уже оплатил рекламой, репутацией или временем.

В чём проблема

Проблема не в том, что заявок мало. Проблема в том, что с имеющимися заявками работают нерегулярно. Это три конкретных разрыва.

Разрыв по времени. Человек оставил заявку вечером, в выходные, в обеденный перерыв менеджера. Ответ приходит через несколько часов или на следующий день. К этому моменту интерес остыл, а конкурент ответил быстрее.

Разрыв по качеству первого контакта. Один менеджер отвечает развёрнуто и задаёт нужные вопросы. Другой присылает прайс одним файлом без единого уточнения. Третий в пятницу вечером отвечает «позвоню в понедельник». Результат зависит от настроения и загрузки человека, а не от системы.

Разрыв в памяти. Человек сказал «вернёмся к этому после праздников», менеджер кивнул и забыл. Через месяц клиент сделал заказ у другой компании. Никто не нарушал правил, потому что правил не было.

Типичная реакция владельца на эти потери: нанять ещё одного менеджера или поставить чат-бота «для всего». Первое увеличивает постоянные расходы и не снимает ночные и выходные часы. Второе обычно заканчивается тем, что бот обещает клиентам скидки, которых нет, и сроки, которых не бывает. Обе реакции решают не ту задачу.

Как это работает

Три слова, которые нельзя путать

В книге три близких понятия, и мы сразу их разводим.

Воронка — это путь клиента от первого обращения до сделки, на котором часть людей закономерно отсеивается. Воронка есть у любого бизнеса, даже если никто её не рисовал. Задача не в том, чтобы никто не отсеивался, а в том, чтобы отсев происходил по понятным причинам, а не из-за того, что вам вовремя не ответили.

Автоматизация — это инструмент: программа, которая выполняет часть шагов на этом пути. Помощник на базе ИИ, шаблон ответа, соединение с системой учёта — всё это автоматизация.

Автономность — это режим работы: насколько самостоятельно помощник действует без проверки человеком. Один и тот же инструмент можно использовать с низкой автономностью (человек читает каждый ответ) и с высокой (человек проверяет выборочно). Режимы описаны ниже.

Всю совокупность помощника, правил, базы знаний и людей, которые за ним следят, мы называем **системой обработки заявок**. В названии книги слово «воронка» использовано в привычном для рынка смысле, но в тексте мы говорим точнее: воронка — путь клиента, система — то, что мы на этом пути строим.

Слово «лид» означает потенциального клиента, обратившегося к вам. В книге мы чаще пишем «заявка»: так привычнее для малого бизнеса. Для расчётов в приложениях используется «лид» в том же значении.

Шесть звеньев системы

Система обработки заявок состоит из шести звеньев, где каждое выполняет узкую работу, а человек остаётся на тех участках, где нужны решение и ответственность. Мы разберём их по главам.

1. **Приём заявки.** Обращение из любого канала попадает в единое место и не теряется (Глава 1).

2. **Первая реакция.** В течение нескольких минут клиент получает осмысленный ответ, а не «ваша заявка принята» (Глава 4).

3. **Квалификация.** Несколькими вопросами выясняется, что человеку нужно, в каком объёме, к какому сроку и подходит ли заявка вам. Квалификация — это отбор: понять, насколько заявка реальна (Глава 2).

4. **Подготовка для менеджера.** Помощник собирает краткую карточку: кто, что хочет, какие возражения прозвучали, что обещано, что нет (Главы 5 и 7).

5. **Возвраты и напоминания.** Если клиент замолчал, система в согласованные сроки и в согласованных формулировках напоминает о себе (Глава 6).

6. **Контроль.** Человек просматривает выборку диалогов и исправляет то, что помощник сделал неверно (Глава 9).

Принципиальная граница проходит по звену «подготовка для менеджера». До этой точки помощник действует самостоятельно в строго заданных рамках. После неё решения принимает человек: назвать окончательную цену, согласовать нестандартные условия, подписать договор, пойти на уступку. ИИ не продаёт. Он сокращает время до первого осмысленного разговора и избавляет менеджера от рутинной сортировки.

Передача заявки человеку (в других книгах это называют эскалацией) в этой книге всегда называется просто передачей человеку. Темы, по которым помощник не вправе отвечать сам, мы называем красными линиями. Их перечень вы составите в этой главе, а в Главе 3 он станет частью базы знаний.

Три режима работы помощника

Чтобы запускать систему безопасно, помощник работает в одном из трёх режимов. Они упоминаются во всех главах, поэтому опишем их здесь.

1. **Подсказка.** Помощник готовит черновик, человек читает и отправляет сам. Клиент помощника не видит. Автономность минимальная.

2. **Ответ с проверкой.** Помощник отправляет только типовые ответы по утверждённым шаблонам, остальное передаёт человеку. Человек ежедневно просматривает все диалоги.

3. **Самостоятельный ответ в рамках.** Помощник отвечает сам в пределах базы знаний и красных линий. Человек проверяет выборочно (Глава 9).

Каждое звено проходит режимы по порядку. Переход к следующему режиму допустим только после проверки на достаточном числе диалогов.

Чего ждать и чего не ждать

Ниже таблица, которую стоит перечитать перед каждой главой. Она задаёт реалистичные ожидания.

Что система делает	Чего она не делает
Отвечает на заявку в течение нескольких минут, в любое время суток	Не создаёт спрос и не увеличивает число заявок
Задаёт одни и те же уточняющие вопросы каждому	Не заменяет разговор менеджера с готовым к покупке клиентом
Фиксирует детали заявки в карточке без потерь	Не принимает решения о цене и условиях
Напоминает «зависшим» клиентам по заданным правилам	Не гарантирует, что клиент вернётся
Освобождает время менеджера для живых переговоров	Не отменяет необходимость контроля со стороны человека

Если ваша реклама приводит нецелевой трафик, система будет быстро и вежливо обрабатывать нецелевые заявки. Это полезно, потому что вы увидите картину честно и быстро, но не вылечит источник проблемы.

Как читать цифры в этой книге

Все кейсы книги — учебные модели с условными числами. Они показывают метод расчёта, а не прогноз для вашего бизнеса. Решения принимайте по своим данным. Выводы по

менее чем тридцати наблюдениям считайте предварительными: при малой выборке разброс слишком велик. В главах мы напоминаем об этом там, где правило меняет вывод.

Пошаговая инструкция: как подготовиться к чтению книги

Прежде чем переходить к главам, потратьте один вечер на подготовительный минимум. Без него дальнейшие главы будут работать вхолостую.

Шаг 1. Выпишите все каналы, из которых приходят заявки. Сайт, мессенджеры, телефон, соцсети, почта, рекомендации, карточки на картографических сервисах. Для каждого канала отметьте, кто его читает и в какое время.

Шаг 2. Возьмите последние тридцать заявок. Для каждой запишите: когда пришла, когда получила первый ответ, чем закончилась. Если данных нет, начните вести такую таблицу с завтрашнего дня. Без неё вы не сможете проверить, помогла ли система.

Шаг 3. Найдите время первой реакции. Посчитайте медиану, то есть серединное значение: расположите все времена ответа по порядку и возьмите то, что оказалось посередине. Среднее арифметическое здесь вводит в заблуждение, потому что одна заявка, оставшаяся без ответа трое суток, искажает всё.

Шаг 4. Определите, кто отвечает за каждый этап. Назовите конкретного человека, который просматривает ночные заявки, и конкретного, который проверяет, что помощник ответил корректно.

Шаг 5. Выпишите красные линии вашего бизнеса. Что менеджер никогда не должен обещать без вас: скидки выше определённого порога, сроки, гарантии, выезд в нерабочее время. Этот список станет основой для ограничений, которые мы зададим помощнику.

Шаг 6. Решите, какой результат вы считаете успехом. Не «больше продаж», а измеримое: «медиана первой реакции не более пяти минут», «ни одна заявка не остаётся без ответа дольше суток», «доля заявок, дошедших до разговора с менеджером, выросла».

Рабочие шаблоны

Шаблон 1. Аудит входящих каналов

Ты помогаешь владельцу малого бизнеса провести аудит приёма заявок.
Вот список каналов, из которых к нам приходят обращения: [перечислите].
Вот данные о последних тридцати заявках: [вставьте таблицу: дата и время обращения, канал, время первого ответа, итог].

Сделай следующее:
1. Посчитай медиану времени первой реакции по каждому каналу.
2. Назови три канала, где реакция самая медленная.
3. Отдельно выдели заявки, пришедшие вне рабочего времени, и скажи, чем они закончились чаще всего.
4. Не делай выводов о причинах, если в данных их нет. Если данных недостаточно, так и напиши и перечисли, чего не хватает.

Шаблон 2. Составление списка красных линий

Я владелец бизнеса: [опишите коротко, чем занимаетесь]. Мне нужно составить перечень вопросов, на которые помощник, отвечающий клиентам от моего имени, не имеет права отвечать сам.

Задай мне по одному вопросу за раз, чтобы выяснить границы: цены, скидки, сроки, гарантии, юридические условия, нестандартные просьбы. После десяти вопросов собери итоговый список в виде таблицы: «Тема — что можно сказать клиенту — что нужно передать человеку».

Шаблон 3. Формулировка измеримой цели

Вот текущие показатели моего приёма заявок: [вставьте цифры из таблицы].
Помоги сформулировать три измеримые цели на ближайшие тридцать дней.
Условие: цели не должны зависеть от роста числа заявок, только от скорости и полноты обработки уже поступающих. Для каждой цели укажи, как именно её проверить по данным.

Учебный кейс с расчётами

Условия учебной модели (все числа условные). Студия ремонта из примера выше. За месяц приходит 120 заявок. Менеджер отвечает в среднем в течение 3 часов в рабочее время и на следующий день, если заявка пришла вечером или в выходные. После первого контакта до замера доходит часть клиентов, до договора ещё меньше.

Условные показатели до внедрения:

Показатель
Значение

Заявок в месяц
120

Из них вне рабочего времени
48 (40%)

Дошли до замера
30 (25%)

Заключили договор
9 (7,5%)

Средний чек (условный)
400 000 #

Допустим, анализ показал, что среди заявок вне рабочего времени до замера доходит заметно меньшая доля, чем среди дневных: 6 из 48, то есть 12,5%, против 24 из 72 дневных, то есть 33,3%. Часть этой разницы объясняется самим характером заявок (ночью часто пишут «просто посмотреть»), а часть задержкой ответа.

Предположим осторожно, что быстрый ответ и грамотные уточняющие вопросы подтянут вечерние и выходные заявки не до уровня дневных, а лишь наполовину от разрыва. Разрыв между 33,3% и 12,5% равен 20,8 процентного пункта. Половина этого разрыва — 10,4 пункта. Новая доля дошедших до замера среди заявок вне рабочего времени составит около 22,9%.

Расчёт: 48 × 0,229 ≈ 11 замеров вместо 6, то есть прирост на 5 замеров в месяц. Если из замеров до договора доходит 30% (9 из 30), прирост составит около 1,5 договора в месяц. При среднем чеке 400 000 # это условные 600 000 # оборота, но не прибыли. Прибыль зависит от маржинальности, которую в этой модели мы не задаём.

Обратите внимание, чего в этом расчёте нет. Здесь нет роста числа заявок, нет «умножения выручки», нет допущения, что ИИ сам закроет сделки. Есть одно осторожное допущение: часть потерь происходит из-за задержки, и эту часть можно вернуть. Если после внедрения реальная цифра окажется вдвое меньше расчётной, система всё равно может окупиться, и об этом мы подробно поговорим в Главе 10.

Ошибки внедрения

Ошибка 1. Ожидать, что система заменит менеджера. Владелец сокращает человека в расчёте на экономию, а через месяц обнаруживает, что клиенты, готовые к покупке, остались без живого разговора. Помощник готовит почву, менеджер закрывает сделку.

Ошибка 2. Запускать систему на неразобранном потоке. Если вы не знаете, откуда приходят заявки и чем они заканчиваются, вы не сможете ни настроить её, ни проверить результат. Подготовительный минимум из этой главы не пропуск, а условие.

Ошибка 3. Давать помощнику полномочия, которых у менеджера нет. Если менеджер не вправе обещать скидку, помощник тем более не вправе. Каждое такое полномочие закрепляется явным запретом в инструкции.

Ошибка 4. Считать пустой ответ хорошим ответом. Сообщение «Спасибо за заявку, мы скоро свяжемся» формально является реакцией, но не несёт пользы. Мы разберём, чем осмысленный первый ответ отличается от отписки.

Ошибка 5. Не назначать ответственного. Если никто не просматривает диалоги помощника, ошибки накапливаются незаметно. Один человек, один час в неделю — минимум.

Как проверить, что работает

На этом этапе системы ещё нет, поэтому проверяется подготовка. Вы готовы переходить к первой главе, если выполнены четыре условия.

1. Есть таблица с тридцатью последними заявками и временем первой реакции по каждой.

2. Посчитана медиана времени ответа, и вы можете назвать её цифрой.

3. Составлен письменный список красных линий, с которым согласны все, кто общается с клиентами.

4. Названы одна-две измеримые цели, не связанные с ростом числа заявок.

Если хотя бы одно условие не выполнено, вернитесь к нему. Это займёт вечер, а сэкономит недели настройки вслепую.

Вопросы владельцев

«У меня всего пять-десять заявок в месяц. Нужна ли мне система?»

Полноценная автоматизация при таком потоке, скорее всего, избыточна. Но главы про первую реакцию, квалификацию и возвраты применимы и без сложных систем: хороший шаблон ответа и напоминание в календаре дают значительную часть эффекта.

«Клиенты не любят разговаривать с роботами. Не отпугнёт ли это?»

Это зависит от исполнения. Клиента раздражает не то, что ему отвечает программа, а то, что ответ бесполезен или что его пытаются обмануть, выдавая программу за человека. В Главе 4 мы обсудим, как честно обозначать роль ИИ и при этом не терять тон.

«Что с персональными данными клиентов?»

Вопрос важный и требует отдельного внимания. Передача данных в сторонние сервисы регулируется законом, и нужно знать, куда именно уходит информация. В приложениях к книге есть чек-лист безопасности данных, а в Главе 7 мы разберём передачу данных между чатом и системой учёта.

«Нужны ли для этого программисты?»

Для основных сценариев книги нет. Многие шаги выполняются настройкой готовых сервисов и аккуратными инструкциями. Там, где потребуется помощь специалиста, мы прямо об этом скажем.

Чек-лист

- Выписаны все каналы приёма заявок
- Собрана таблица по последним тридцати заявкам
- Посчитана медиана времени первой реакции
- Выделена доля заявок вне рабочего времени
- Составлен список красных линий
- Названы ответственный за просмотр диалогов помощника
- Сформулированы одна-две измеримые цели
- Понятно, что система не создаёт спрос

Практическое задание

Выполните шаги 1–3 из подготовительной инструкции в течение одного вечера. Результатом должна стать одна страница: список каналов, таблица тридцати заявок и одна цифра — медиана времени первой реакции. Если у вас нет данных за прошлые периоды, начните вести таблицу с понедельника и отложите чтение до накопления пятнадцати–двадцати записей. Затем запустите шаблон 1 и сохраните ответ ИИ рядом с таблицей: к нему вы вернётесь в Главе 10, когда будете считать окупаемость.

Переход к следующей главе

Теперь у вас есть исходная точка: цифры, а не ощущения. В Главе 1 мы разберём устройство самой заявки: из чего она состоит, почему первые минуты после обращения решают больше, чем любой отточенный скрипт, и как перестроить приём так, чтобы ни одно обращение не оставалось без осмысленного ответа.

ГЛАВА 1. Анатомия входящей заявки: почему скорость реакции важнее скрипта

Ситуация

Клининговая компания, шесть человек в штате: две бригады, администратор, диспетчер, бухгалтер на удалёнке и владелец. Заявки приходят с сайта, из мессенджера и по телефону. Владелица, назовём её Марина, уверена, что у неё всё в порядке: есть подробный скрипт общения, составленный полгода назад. В нём двадцать два пункта: приветствие, уточнение площади, типа уборки, наличия питомцев, парковки, способа оплаты.

Скрипт хороший. Проблема в том, что им пользуются только тогда, когда администратор свободен. В субботу вечером заявка с сайта лежит до понедельника. В обеденный перерыв сообщение в мессенджере остаётся непрочитанным час. Ответ, когда он наконец уходит, написан безупречно по скрипту, но человек за это время уже договорился с другой компанией.

Марина сделала вывод: «Надо улучшить скрипт». Эта глава о том, почему вывод неверный.

В чём проблема

Скрипт отвечает на вопрос «что говорить». Потери происходят из-за вопроса «когда и кто ответит». Это разные задачи, и вторая обычно важнее.

Вот что стоит за этим на практике.

Клиент пишет не вам одним. Человек, которому нужна уборка после ремонта, нередко оставляет несколько заявок в разных компаниях и выбирает среди тех, кто ответил. Его внимание в момент обращения максимальное. Через несколько часов оно переключается на другие дела.

Первый ответ задаёт рамку. Кто ответил первым по существу, тот определил, какими вопросами клиент будет оценивать остальных: цена за метр, сроки, наличие материалов. Остальным приходится отвечать в чужих координатах.

Длинный скрипт в первом сообщении вредит. Двадцать вопросов подряд выглядят как анкета. Человек, который хотел «просто узнать цену», закрывает чат. Скрипт нужен, но не в первую минуту.

Заявка теряет информацию. Менеджер записывает главное в блокнот, остальное остаётся в голове. Через неделю нельзя восстановить, что именно клиент просил и что ему обещали.

Из этого следует правило главы: первая реакция должна быть быстрой и короткой, а полный сбор данных идёт следом, по мере диалога.

Как это работает

Входящая заявка состоит из шести частей. Чтобы обработать её системно, нужно видеть каждую отдельно.

Часть заявки
Что это
Пример

Источник
Откуда пришёл человек
Сайт, мессенджер, рекомендация

Время
Когда обратился, когда получил ответ
Суббота, 21:40

Намерение
Что человек хочет получить сейчас
Узнать цену, заказать, сравнить

Контакт
Как с ним связаться и можно ли
Телефон, мессенджер, согласие на связь

Параметры
Объём, срок, место, бюджет
70 м^2, на следующей неделе

Контекст
Что было до обращения
Уже писал, пришёл по совету знакомой

Большинство потерь связано с тем, что в момент обращения известны только первые две-три части. Остальное нужно выяснить, и делать это надо так, чтобы не отпугнуть человека.

Теперь о типах заявок. Для практики достаточно четырёх.

1. **Готов заказать.** Называет объём и срок, спрашивает, как оплатить. Ему нужен быстрый ответ человека.

2. **Выбирает.** Сравнивает несколько компаний, спрашивает цену и условия. Ему нужен быстрый и понятный ответ с вилкой цены.

3. **Присматривается.** Пишет общие вопросы, срока нет. Ему нужен полезный ответ без давления.

4. **Случайная.** Ошибся адресом, ищет работу, предлагает рекламу. Её нужно отсеять без затрат времени менеджера.

Как именно отличать их друг от друга, мы подробно разберём в Главе 2. Сейчас важно другое: ни одному из четырёх типов не помогает долгое молчание.

Где здесь работает ИИ

В этой главе ИИ выполняет три узких задачи: разбирает текст заявки на части, отмечает, чего не хватает, и подготавливает короткий первый ответ. Принимать решение по цене и условиям он не должен. Если клиент спрашивает то, что входит в список красных линий из Введения, ответ один: передать человеку и сказать клиенту, когда с ним свяжутся.

Отдельно о честности. Если первый ответ даёт программа, клиенту не нужно этого скрывать и не нужно подчёркивать. Достаточно не выдавать её за человека. Формулировка вроде «Это автоматический помощник компании. Я уточню детали и передам заявку менеджеру» сохраняет доверие и ничего не стоит.

Пошаговая инструкция

Шаг 1. Соберите приём в одном месте. Неважно, как оно называется: общая таблица, система учёта клиентов или даже единый чат для команды. Важно, чтобы каждая заявка из любого канала попадала в одно и то же место с отметкой времени.

Шаг 2. Определите минимальный набор полей. Для большинства малых компаний хватает восьми: источник, дата и время, имя, способ связи, что нужно, объём, желаемый срок, статус. Всё остальное собирается позже.

Шаг 3. Установите целевое время первой реакции по каналам. Например: мессенджер и сайт — до пяти минут в любое время суток, почта — до часа в рабочее время, телефон — ответ или перезвон в течение пятнадцати минут. Цифры подберите под себя, но запишите.

Шаг 4. Определите, что входит в первый ответ. Коротко: подтверждение, один полезный факт или вилка и один вопрос. Подробная структура с примерами разобрана в Главе 4, а здесь достаточно правила: в первом сообщении не больше одного вопроса.

Шаг 5. Задайте правила для нерабочего времени. Ночью помощник отвечает по тому же шаблону, но обещает связь менеджера в конкретный час, например «завтра до одиннадцати». Не «в ближайшее время», а точное окно, которое вы в состоянии выдержать.

Шаг 6. Закрепите передачу человеку. Любая заявка, где прозвучали слова о срочности, жалоба, нестандартная просьба или вопрос из списка красных линий, помечается и уходит живому сотруднику с уведомлением.

Шаг 7. Ведите журнал. Для каждой заявки фиксируйте время поступления, время первого ответа и итог. Это единственный способ узнать, помогает ли система.

Рабочие шаблоны

Шаблон 1. Разбор заявки на части

Ты помощник администратора компании [название, чем занимается].
Ниже текст входящей заявки. Разбери его строго по полям:
источник, намерение клиента, объём, срок, место, контакт,
упомянутые возражения или тревоги.

Правила:
1. Если данные в тексте не указаны, пиши «не указано». Ничего не додумывай и не предполагай.
2. Отдельной строкой перечисли, чего не хватает для расчёта стоимости.
3. Отметь, подпадает ли заявка под вопросы, которые нужно передать человеку: [вставьте список красных линий].

Текст заявки: [вставьте текст].

Шаблон 2. Короткий первый ответ

Подготовь первый ответ клиенту на заявку ниже. Требования:
1. Не более пяти предложений.
2. Начни с подтверждения, что именно ты понял из обращения.
3. Дай ориентир по цене только если он есть в нашей справке: [вставьте справку]. Если ориентира нет, не называй цену.
4. Задай один уточняющий вопрос, самый важный для расчёта.
5. Укажи, что это автоматический помощник, и назови время, когда свяжется менеджер: [время].
6. Ничего не обещай про скидки, сроки и гарантии.

Заявка: [вставьте текст].

Шаблон 3. Проверка полноты карточки

Вот карточка заявки: [вставьте поля]. Проверь, заполнены ли все обязательные поля: источник, время, имя, способ связи, запрос, объём, срок, статус. Выведи список пустых полей и для каждого предложи короткий вопрос клиенту, который не звучит как анкета.

Полный набор формулировок первого ответа для разных ситуаций будет в Главе 4. Здесь нам нужна лишь основа.

Учебный кейс с расчётами

Условия учебной модели, числа условные. Клининговая компания получает 90 заявок в месяц. Администратор фиксирует время первого ответа. Ниже распределение заявок по времени реакции и условная доля заявок, дошедших до расчёта стоимости.

До внедрения:

Время первого ответа
Заявок
Доля дошедших до расчёта
Дошло

До 5 минут
9
60%
5,4

5–60 минут
18
45%
8,1

1–6 часов
36
30%
10,8

Свыше 6 часов
27
15%
4,05

Итого
90

28,35 ≈ 28

Медианное время ответа попадает в диапазон «1–6 часов», потому что после сорок пятой заявки в упорядоченном списке мы уже внутри третьей группы.

Теперь предположим осторожно, что автоматический первый ответ за пять минут работает хуже живого. Для него возьмём не 60%, а 45%, то есть столько же, сколько у ответа в пределах часа. Допустим также, что после внедрения распределение изменилось так:

После внедрения (условно):

Время первого ответа
Заявок
Доля дошедших до расчёта
Дошло

До 5 минут
50
45%
22,5

5–60 минут
20
45%
9,0

1–6 часов
12
30%
3,6

Свыше 6 часов
8
15%
1,2

Итого
90

36,3 ≈ 36

Прирост: около 8 расчётов в месяц. Если до договора доходит 40% расчётов, это порядка 3 дополнительных договоров. При условном среднем чеке 7 000 # получаем около 21 000 # оборота в месяц, но не прибыли.

Проверим устойчивость. Если реальный эффект окажется вдвое меньше расчётного, прирост составит около 4 расчётов, 1–2 договора и примерно 11 000 # оборота. При таком чеке вопрос стоимости инструмента становится принципиальным, и мы вернёмся к нему в Главе 10. Для бизнесов с чеком в десятки и сотни тысяч рублей арифметика выглядит иначе, но для честного решения считать нужно именно по вашим числам.

Обратите внимание: в расчёте нет роста числа заявок. Все 90 заявок были и до внедрения. Мы лишь сместили их в более быстрые группы.

Ошибки внедрения

Ошибка 1. Улучшать скрипт вместо скорости. Переписанный текст не вернёт клиента, который ушёл за два часа до ответа. Сначала время, потом формулировки.

Ошибка 2. Задавать много вопросов в первом сообщении. Первый ответ должен вызывать желание продолжить. Три-четыре вопроса подряд читаются как допрос.

Ошибка 3. Писать «скоро свяжемся». Размытое обещание хуже точного. Если вы не можете гарантировать окно, назовите более широкое, но честное.

Ошибка 4. Забыть про заявки по телефону. Пропущенный звонок тоже заявка. Если звонок не принят, человеку нужно отправить сообщение в мессенджер с предложением перезвонить, и фиксировать это в журнале.

Ошибка 5. Не передавать срочные заявки человеку. Автоматический ответ не заменяет реакции менеджера на жалобу или срочный запрос. Правило передачи человеку должно быть записано заранее.

Ошибка 6. Не вести журнал. Без таблицы времени реакции любые улучшения остаются ощущением.

Как проверить, что работает

Через две недели после запуска сравните четыре показателя с исходными из Введения.

1. Медиана времени первой реакции. Цель: уложиться в установленный норматив по каждому каналу.

2. Доля заявок без ответа в течение суток. Цель: приблизиться к нулю.

3. Доля заявок, где в карточке заполнено не менее шести из восьми полей.

4. Число заявок, переданных человеку по правилу, и скорость его реакции на них.

Если время реакции упало, а доля дошедших до расчёта не изменилась, проблема не в скорости. Скорее всего, вопрос в качестве самих заявок или в содержании ответа, и это предмет следующих глав. Не делайте вывод по меньшему числу, чем тридцать заявок: разброс при малой выборке слишком велик.

Вопросы владельцев

«Не лучше ли просто нанять второго администратора на вечер и выходные?»

Можно, и для некоторых компаний это разумно. Сравнивать нужно стоимость часа человека и стоимость обработки заявки автоматически, с учётом проверки. Мы посчитаем это в Главе 10.

«А если клиент спросит что-то, чего нет в справке?»

Правило простое: помощник не отвечает, а передаёт вопрос человеку и сообщает клиенту, когда тот получит ответ. Это закладывается в инструкцию явно.

«Нужно ли говорить клиенту, что с ним общается программа?»

Мы рекомендуем да. Это честно и снимает риск неприятного открытия позже. Формулировка может быть короткой и нейтральной.

«Что делать с повторными заявками от одного человека?»

Объединять в одну карточку. Если клиент пишет в двух каналах, система должна по возможности распознавать это по номеру или имени и не присылать ему два разных ответа.

Чек-лист

- Все каналы приёма заявок сведены в одно место
- Определены восемь обязательных полей карточки
- Записано целевое время первой реакции по каждому каналу
- Описан состав первого ответа: подтверждение, факт, один вопрос
- Заданы правила для нерабочего времени с точным окном связи
- Прописаны условия передачи заявки человеку
- Введён журнал времени реакции и итога по каждой заявке
- Первый ответ честно указывает, что пишет автоматический помощник

Практическое задание

Возьмите пять заявок из вашей таблицы тридцати. Для каждой выполните шаблон 1 и посмотрите, какие поля остались «не указано». Затем напишите по шаблону 2 первый ответ для двух заявок и покажите их менеджеру, который общается с клиентами. Попросите его отметить, что в ответе он бы убрал или переписал. Эти правки станут первыми пунктами вашей инструкции для помощника. Сохраните результаты: они понадобятся в Главах 3 и 4.

Переход к следующей главе

Теперь заявки приходят в одно место, разобраны по полям и получают быстрый короткий ответ. Но не все они одинаково ценны. В Главе 2 мы разберём квалификацию: как задать несколько вопросов так, чтобы отличить человека, который готов к решению, от того, кто просто смотрит, и при этом не потерять ни того ни другого.

ГЛАВА 2. Квалификация лида: как ИИ отсеивает «смотрителей» от реальных покупателей

Ситуация

Мебельная мастерская, пять человек: два столяра, замерщик, менеджер и владелец Андрей. Делают кухни и шкафы на заказ. Реклама работает, заявки идут. Менеджер Ольга каждый день тратит два-три часа на первичные разговоры, и по её собственным словам, примерно половина из них заканчивается ничем. Кто-то хотел «примерно прикинуть цену», кто-то собирает идеи для будущего ремонта, кто-то ищет готовую мебель из каталога, а не изготовление по размерам.

Андрей решил, что нужно «отсекать лишних». Он попросил Ольгу задавать каждому в начале разговора вопрос о бюджете. Результат оказался двояким: часть людей обиделась и ушла, часть назвала цифру с потолка, а настоящие покупатели, у которых бюджет ещё не оформился в голове, почувствовали давление.

Эта глава о том, как выяснять серьёзность намерений без допроса и без потери тех, кто ещё не определился.

В чём проблема

Слово «квалификация» в продажах означает отбор: оценку того, насколько заявка реальна, подходит ли она вашему предложению и когда с ней нужно работать. Проблем здесь три.

Прямые вопросы о деньгах отпугивают. Человек, который ещё не знает, сколько стоит кухня, не может назвать бюджет. Вопрос «какой у вас бюджет?» на первом шаге воспринимается как проверка кошелька.

Отсев по одному признаку ошибочен. Клиент, который пишет коротко и без деталей, не обязательно несерьёзный. Многие просто печатают в телефоне на ходу. Клиент с подробным длинным сообщением не обязательно купит: он мог потратить час на описание и всё равно выбрать другую компанию.

Квалификация без итога бесполезна. Если после нескольких вопросов у менеджера нет понятного вывода («работать сейчас», «вернуться через месяц», «закрыть»), он вынужден перечитывать диалог. Весь выигрыш во времени исчезает.

Отсюда принцип главы: квалификация должна быть ненавязчивой для клиента и однозначной для менеджера.

Как это работает

Квалификацию удобно строить вокруг четырёх признаков. Их часто называют по первым буквам, но мы обойдёмся без аббревиатур и опишем их прямо.

1. **Потребность.** Что именно нужно и зачем. Чем конкретнее описание, тем ближе решение.

2. **Срок.** Когда человек хочет получить результат. Срок «в этом месяце» и «когда-нибудь» требуют разной работы.

3. **Возможности.** Есть ли у человека бюджет и право принимать решение. Спрашивать нужно косвенно: через диапазоны, варианты комплектации, вопрос «кто ещё участвует в выборе».

4. **Соответствие.** Подходит ли заявка вашему предложению: ваш регион, ваш тип услуги, ваш минимальный заказ.

По сумме признаков заявка получает один из четырёх статусов.

Статус
Что означает
Действие

Горячая
Потребность ясна, срок до месяца, соответствие есть
Передать менеджеру немедленно

Тёплая
Потребность ясна, срок от одного до трёх месяцев
Менеджеру в порядке очереди, плюс напоминания

Холодная
Потребность расплывчата, срока нет
Полезная информация, мягкое напоминание

Не подходит
Не ваш регион, не ваша услуга, спам
Вежливый отказ, закрытие без времени менеджера

Важная деталь: статус не навсегда. Холодная заявка через два месяца может стать горячей, и система должна уметь пересматривать оценку.

Что делает ИИ, а что человек

Помощник ведёт диалог по заданному набору вопросов, собирает ответы в карточку и предлагает статус с коротким обоснованием. Окончательное решение, особенно о закрытии заявки как «не подходит», принимает человек хотя бы выборочно: ошибочный отказ стоит дороже лишнего звонка. Подробно о контроле мы поговорим в Главе 9.

Пошаговая инструкция

Шаг 1. Опишите идеального клиента словами, а не цифрами. Кто он, что заказывает, в каком регионе, какого размера заказ для вас выгоден. Две-три фразы. Отдельно: кто вам не подходит.

Шаг 2. Определите минимальный заказ и зону работы. Это самые простые признаки «соответствия». Если заказ меньше порога или адрес вне зоны, клиенту нужно честно и быстро об этом сказать.

Шаг 3. Составьте не более пяти вопросов квалификации. Каждый вопрос должен давать менеджеру что-то определённое. Вопросы без последствий («а как вы о нас узнали?» ради вежливости) в первую очередь не нужны.

Шаг 4. Превратите прямые вопросы в косвенные. Вместо «какой бюджет?» используйте «чтобы подобрать варианты: вы ориентируетесь скорее на экономичные решения, средний уровень или на премиальные материалы?». Вместо «кто принимает решение?» используйте «вы выбираете самостоятельно или вместе с кем-то? Тогда мы подготовим предложение, которое удобно показать».

Шаг 5. Задавайте вопросы по одному. Каждое следующее сообщение помощника отвечает на реплику клиента, а затем задаёт один вопрос. Не списком.

Шаг 6. Определите правила присвоения статуса. Запишите, какое сочетание ответов даёт «горячую», «тёплую», «холодную» или «не подходит». Пока вы не записали, система будет принимать решения произвольно.

Шаг 7. Задайте обязательную передачу человеку. Горячие заявки сопровождаются уведомлением менеджеру с краткой карточкой. Все заявки с сомнительным статусом помечаются для ручного просмотра.

Шаг 8. Оставьте выход. В любой момент клиент может написать «хочу поговорить с человеком», и система немедленно передаёт диалог менеджеру. Это правило без исключений.

Рабочие шаблоны

Шаблон 1. Инструкция для ведения квалификации

Ты автоматический помощник мастерской [название]. Твоя задача: в диалоге с клиентом выяснить четыре вещи: что именно нужно, к какому сроку, на какой уровень решения он ориентируется и подходит ли заявка нам (регион: [регион], минимальный заказ: [сумма или описание]).

Правила:
1. Задавай не более одного вопроса за сообщение.
2. Никогда не спрашивай напрямую про бюджет. Спрашивай про уровень материалов или варианты решений.
3. Не называй цену, если её нет в справке: [справка]. Если нет, скажи, что точную стоимость назовёт менеджер, и укажи срок.
4. Если клиент просит человека, немедленно прекращай квалификацию и сообщи, что передаёшь диалог менеджеру.
5. Ты автоматический помощник. Не выдавай себя за человека.
6. Не дави на клиента. Если он не хочет отвечать на вопрос, переходи к следующему или предложи вернуться позже.

Шаблон 2. Присвоение статуса по итогам диалога

Вот диалог с клиентом: [вставьте диалог]. Определи по нему:
1. Потребность: ясна, расплывчата, не указана.
2. Срок: до месяца, один-три месяца, больше, не указан.
3. Уровень решения: экономичный, средний, премиальный, не указан.
4. Соответствие: подходит, не подходит, неясно.

Правила статуса:
- Горячая: потребность ясна, срок до месяца, соответствие есть.
- Тёплая: потребность ясна, срок один-три месяца.
- Холодная: потребность расплывчата или срока нет.
- Не подходит: нет соответствия.

Выведи статус и одну строку обоснования со ссылкой на слова клиента. Если данных недостаточно, напиши «нужен ручной просмотр» и укажи, чего не хватает. Не домысливай.

Шаблон 3. Вежливый отказ

Клиент написал заявку, которая нам не подходит по причине: [причина: другой регион, малый объём, не наша услуга]. Подготовь короткое сообщение из трёх-четырёх предложений: поблагодари за обращение, честно назови причину, при возможности предложи один ориентир (другой способ решить задачу или когда мы можем быть полезны). Не используй шаблонные извинения и канцелярские обороты.

Шаблон 4. Ручная проверка спорных случаев

Ниже заявки, которым система присвоила статус «не подходит»: [вставьте список с обоснованиями]. Для каждой оцени, насколько обоснованно решение: обоснованно, спорно, ошибочно. Для спорных и ошибочных напиши, какой вопрос стоило задать клиенту дополнительно.

Учебный кейс с расчётами

Условия учебной модели, числа условные. Мебельная мастерская получает 100 заявок в месяц. До внедрения менеджер Ольга обрабатывает все заявки подряд. Среднее время первичного разговора и подготовки предложения: 25 минут на заявку.

Допустим, квалификация по четырём признакам показала такое распределение (условное):

Статус
Заявок
Доля

Горячая
15
15%

Тёплая
25
25%

Холодная
35
35%

Не подходит
25
25%

Итого
100
100%

Время до внедрения. 100 заявок × 25 минут = 2 500 минут, около 41,7 часа в месяц.

Время после внедрения (условное допущение). Горячие и тёплые заявки по-прежнему получают полный разговор менеджера: 40 заявок × 25 минут = 1 000 минут. Холодные получают сокращённую обработку: 35 заявок × 8 минут (просмотр готовой карточки и отправка материалов) = 280 минут. Заявки «не подходит» выборочно проверяются: допустим, проверяется каждая пятая, то есть 5 заявок × 3 минуты = 15 минут.

Итого: 1 000 + 280 + 15 = 1 295 минут, около 21,6 часа в месяц. Освобождается около 20 часов.

Что с этим временем делать. Здесь важна честность. Освободившиеся часы не превращаются в продажи автоматически. Их можно направить на более долгие разговоры с горячими клиентами, на возврат тёплых и на подготовку индивидуальных предложений. Если менеджер потратит их на что-то другое, система принесёт экономию времени, но не рост результата. Решение о том, как использовать время, остаётся за вами.

Проверка риска. Допустим, система ошибочно отнесла 3 горячие заявки из 100 к категории «не подходит», а проверка выборочная и поймала лишь одну. Тогда две реальные заявки потеряны. При условном среднем чеке 120 000 # и доле дошедших до договора 20% ожидаемая

потеря составляет 2 × 0,2 × 120 000 = 48 000 # оборота в месяц. Для сравнения: освободившиеся 20 часов при ставке 600 # стоят около 12 000 #. Потеря от ошибочных отказов превышает эту выгоду примерно вчетверо, поэтому проверку заявок «не подходит» нельзя отменять ради экономии. Правило: чем дороже чек, тем выше доля проверяемых отказов.

Ошибки внедрения

Ошибка 1. Спрашивать бюджет прямо. Для малого бизнеса с индивидуальным продуктом это самый частый источник потерь на первом шаге.

Ошибка 2. Использовать слишком много вопросов. После пятого вопроса подряд клиент перестаёт отвечать. Лучше пять хороших, чем десять формальных.

Ошибка 3. Оценивать клиента по тону сообщения. Грубый или краткий тон не признак отсутствия денег. Статус определяется содержанием ответов.

Ошибка 4. Закрывать «холодные» заявки навсегда. Они возвращаются, и в Главе 6 мы разберём, как этично с ними работать.

Ошибка 5. Не пересматривать правила присвоения статуса. Раз в месяц просматривайте, какие заявки со статусом «холодная» всё же превратились в сделки. Это покажет, где ваши критерии ошибаются.

Ошибка 6. Автоматически отказывать без просмотра человеком. Хотя бы выборочная проверка обязательна.

Как проверить, что работает

Через месяц работы по 50–100 заявкам проверьте.

1. **Доля заявок «горячая» и «тёплая», которые дошли до договора.** Если она заметно ниже, чем у «холодных», критерии не работают и требуют пересмотра.

2. **Доля ошибочных отказов** по выборочной проверке. Допустимый уровень задайте сами: для дорогих продуктов он должен быть близок к нулю.

3. **Время менеджера на заявку** до и после внедрения.

4. **Доля клиентов, прервавших диалог на вопросах квалификации.** Если она велика, вопросы слишком навязчивые или их слишком много.

5. **Число обращений «хочу поговорить с человеком».** Рост этого числа сигнал о том, что диалог раздражает.

Если выборка меньше тридцати заявок, воспринимайте цифры как ориентир, а не как вывод.

Вопросы владельцев

«Можно ли отказывать клиентам автоматически?»

Можно с оговорками. Автоматический отказ допустим для явных случаев: другой регион, спам, не ваша услуга. Во всех спорных случаях решает человек, и выборочный просмотр отказов обязателен.

«Как быть, если клиент отказывается отвечать на вопросы?»

Пропустить вопрос и передать заявку менеджеру со статусом «нужен ручной просмотр». Не пытайтесь выжать ответы. Клиент имеет право не отвечать.

«У меня услуга с очень разным чеком. Как квалифицировать?»

Разделите услуги на две-три группы по чеку и задайте для каждой свой набор вопросов и свой порог «горячей» заявки.

«Нужно ли хранить ответы клиентов?»

Хранить нужно только то, что необходимо для работы, и в соответствии с вашим порядком обработки персональных данных. Подробности в Главе 7 и в Приложении Б.

Чек-лист

- Описан идеальный клиент и тот, кто не подходит
- Заданы минимальный заказ и зона работы
- Составлено не более пяти вопросов квалификации
- Прямые вопросы о бюджете заменены косвенными
- Записаны правила присвоения четырёх статусов
- Вопросы задаются по одному, а не списком
- Клиент в любой момент может перейти к человеку
- Введена выборочная проверка отказов
- Помощник не выдаёт себя за человека

Практическое задание

Возьмите десять заявок из вашей таблицы тридцати. Вручную, без ИИ, присвойте каждой статус по четырём признакам и запишите, на основании чего. Затем запустите шаблон 2 и сравните результаты. Каждое расхождение разберите: чьё решение оказалось точнее и почему. Из расхождений вы получите первые уточнения правил присвоения статуса. Затем напишите пять вопросов квалификации для вашей ниши, превратив все прямые вопросы в косвенные, и покажите их менеджеру, который общается с клиентами.

Переход к следующей главе

Квалификация работает только тогда, когда помощник знает, что можно говорить клиенту, а что нельзя. В Главе 3 мы разберём базу знаний для продаж: чем она отличается от базы для поддержки, что в неё включать, а что оставлять за человеком, и как не допустить, чтобы помощник «придумал» услугу или цену, которых у вас нет.

ГЛАВА 3. База знаний для продаж: чем она отличается от базы для поддержки

Ситуация

Компания по установке окон, восемь человек: две монтажные бригады, замерщик, менеджер, офис-администратор, бухгалтер и владелец Сергей. Ещё в первой книге они собрали базу знаний для внутренних вопросов: как оформлять акты, как передавать замеры в производство. Теперь Сергей решил, что тот же набор документов можно отдать ИИ, который будет отвечать клиентам.

Результат оказался неожиданным. На вопрос «сколько стоит окно в двухкомнатную квартиру» помощник процитировал внутреннюю таблицу себестоимости профилей. На вопрос «успеете до зимы» уверенно ответил «да, обычно мы укладываемся в две недели», хотя в сентябре очередь составляла пять недель. А на вопрос о гарантии пересказал условия гарантии по старому договору, который уже год как заменён новым.

Ничего из этого ИИ не придумал. Он добросовестно использовал то, что ему дали. Ошибка была в самом наборе материалов: база для внутренней работы и база для разговора с клиентом решают разные задачи.

В чём проблема

База знаний для поддержки отвечает на вопрос «как пользоваться тем, что человек уже купил». Её читатель — действующий клиент, ему нужна точность и полнота инструкций. Ошибка здесь неприятна, но обычно исправима.

База знаний для продаж отвечает на вопрос «что можно сказать человеку, который ещё ничего не купил». Её читатель — потенциальный клиент, и каждая фраза в диалоге превращается в обещание. Ошибка здесь стоит денег и репутации.

Различия, которые на практике ломают систему:

Допустимый уровень уверенности. В поддержке уместно сказать «нужно нажать кнопку». В продажах слова «обычно», «как правило», «примерно» нужны, но только там, где они честно отражают действительность. Фразы «мы всегда успеваем в срок» в базе быть не должно.

Срок годности сведений. Цены, акции, сроки и остатки меняются быстрее, чем инструкции. Устаревшая страница в базе поддержки раздражает, устаревшая страница в базе продаж ведёт к спору о цене.

Закрытая информация. В продажах появляется категория сведений, которые нужно знать менеджеру, но нельзя сообщать клиенту до определённого момента: себестоимость, размер возможной скидки, пределы уступок.

Тон. Сухая инструкция подходит для поддержки. В продажах тот же текст должен звучать как ответ человека, у которого хотят что-то узнать.

Вывод: нельзя просто передать ИИ всё, что есть в компании. Для продаж собирается отдельная, узкая и строго проверенная база.

Как это работает

База знаний для продаж состоит из пяти блоков. Первые три — то, что помощник вправе говорить сам. Два последних — то, что он должен знать, чтобы вовремя остановиться.

Блок
Что содержит
Пример

1. Предложение
Что вы продаёте, для кого, из чего состоит
Три типа остекления, комплектация, что входит в цену

2. Ориентиры
Вилки цен и сроков с условиями и датой актуализации
«От 9 000 до 14 000 # за окно, зависит от размера и профиля. Актуально на 1 октября»

3. Порядок работы
Как проходит заказ: замер, договор, предоплата, монтаж
Пять шагов с пояснениями

4. Границы
То, что помощник не обсуждает и передаёт человеку
Скидки, нестандартные сроки, юридические условия, жалобы

5. Типовые вопросы
Готовые ответы на двадцать-тридцать частых вопросов
Гарантия, оплата частями, выезд за город

Особое место занимает блок «Границы». Он работает как перечень запретов и записывается в формате «если клиент спрашивает X, ответь Y и передай человеку». Не путайте два понятия: красные линии — это перечень тем, по которым решает только человек (мы начали собирать его во Введении), а блок «Границы» — запись этого перечня в базе знаний, где для каждой темы указано, что ответить клиенту.

Принципы отбора материалов

Для каждого документа, который вы хотите включить в базу, задайте четыре вопроса.

1. Написан ли он для клиента или для сотрудников? Внутренние документы без переработки не включаются.

2. Когда он обновлялся в последний раз? Всё, что старше трёх месяцев и касается цен или сроков, перепроверяется.

3. Нет ли в нём обещаний, которые вы не готовы выполнять в любой день? Если есть, формулировка смягчается или удаляется.

4. Может ли помощник неверно истолковать его без контекста? Если да, добавляется пояснение.

Пошаговая инструкция

Шаг 1. Соберите кандидатов. Выпишите все документы и страницы, которые менеджер использует в разговоре с клиентом: прайс, описание услуг, договор, памятки, ответы на частые вопросы, примеры работ.

Шаг 2. Отделите внутреннее от внешнего. Всё, что содержит себестоимость, размеры скидок, условия для партнёров, сведения о других клиентах, переносится в отдельную папку, недоступную помощнику.

Шаг 3. Напишите блок «Ориентиры». Для каждой цены и срока укажите условия, при которых они действуют, и дату актуализации. Формат записи: «значение — условие — дата».

Шаг 4. Составьте блок «Границы». Минимум десять пунктов. Для каждого: тема, что можно сказать, что нужно передать человеку. Если вы выполнили задание из Введения, у вас уже есть заготовка.

Шаг 5. Подготовьте двадцать частых вопросов. Возьмите последние тридцать заявок и выпишите все вопросы клиентов. Для каждого повторяющегося вопроса напишите короткий ответ в тоне, как говорил бы лучший менеджер.

Шаг 6. Задайте формат хранения. Для малого бизнеса подойдёт один текстовый документ с чёткими заголовками. Не нужно сложных систем: важно, чтобы у документа был один ответственный и дата последней правки.

Шаг 7. Назначьте срок пересмотра. Раз в месяц ответственный проверяет блок «Ориентиры». Раз в квартал просматривается вся база. При любом изменении цен или условий база обновляется в тот же день.

Шаг 8. Проверьте базу вопросами. Задайте помощнику тридцать вопросов, включая каверзные, и сравните ответы с тем, что сказал бы менеджер. Порядок такой проверки описан ниже в разделе «Как проверить, что работает»; в Главах 9 и 12 мы будем ссылаться на него.

Рабочие шаблоны

Шаблон 1. Очистка документа для базы продаж

Вот документ, который я хочу включить в базу знаний для общения с клиентами: [вставьте текст]. Проверь его по четырём пунктам:
1. Есть ли сведения, которые нельзя сообщать клиентам до разговора с менеджером (себестоимость, размеры скидок, условия для партнёров)? Выпиши их цитатами.
2. Есть ли формулировки, которые звучат как безусловное обещание (сроки, гарантии, результат)? Выпиши их.
3. Есть ли устаревшие или недатированные цифры?
4. Есть ли внутренние термины, непонятные клиенту?

Не переписывай документ. Только перечисли найденное, чтобы я мог принять решение по каждому пункту.

Шаблон 2. Блок «Ориентиры»

Помоги оформить блок ориентиров для базы знаний. Вот мои цены и сроки: [вставьте]. Для каждой позиции оформи запись по формату:
«Что — значение — условия, при которых действует — дата актуализации — что сказать, если условия клиента отличаются».
Если для позиции не хватает условий, не придумывай их, а задай мне вопрос.

Шаблон 3. Блок «Границы»

Я владелец [описание бизнеса]. Вот темы, по которым клиенты чаще всего спрашивают: [список]. Для каждой темы оформи запись:
«Тема — можно ли обсуждать — что сказать клиенту — что передать человеку и в какой срок».
Темы, где нужны решения владельца (скидки, сроки, юридические условия), помечай словами «только человек». Если у тебя нет достаточных данных для записи, задай уточняющий вопрос.

Шаблон 4. Ответ на частый вопрос в тоне менеджера

Вот вопрос клиента: [вопрос]. Вот факты из базы: [факты]. Напиши ответ не длиннее четырёх предложений. Требования: простые слова, без канцелярита, только факты из базы, без новых цифр и обещаний. Если фактов недостаточно, напиши «нужен ответ человека» и перечисли, чего не хватает.

Шаблон 5. Инструкция «отвечай только по базе»

Отвечай клиентам только на основании приложенной базы знаний. Если в

базе нет ответа, не пытайся рассуждать и не используй общие знания о подобных компаниях. Скажи: «Это нужно уточнить у менеджера. Я передам ваш вопрос, он ответит [срок]». Не называй цены и сроки, которые не указаны в блоке «Ориентиры». Если ориентир старше тридцати дней, добавь: «Точные условия подтвердит менеджер».

Учебный кейс с расчётами

Условия учебной модели, числа условные. Компания по установке окон получает 80 заявок в месяц. Владелец оценил, что на вопросы о цене и сроках менеджер отвечает в 55 заявках из 80.

Подготовка базы. Первичный отбор документов занял условно 6 часов, написание блоков «Ориентиры» и «Границы» — 5 часов, подготовка 25 ответов на частые вопросы — 6 часов, проверка — 3 часа. Итого около 20 часов владельца и менеджера. Если оценить час работы условно в 600 #, стоимость подготовки составляет 12 000 # единовременно.

Поддержка базы. Ежемесячная проверка и обновление: условно 2 часа. Это 1 200 # в месяц.

Что получаем. Допустим, помощник корректно отвечает на типовые вопросы в 40 из 55 заявок, а остальные 15 передаёт менеджеру. Если на типовой вопрос менеджер тратил в среднем 6 минут, экономия составляет 40 × 6 = 240 минут, то есть 4 часа в месяц. В деньгах это 2 400 # при той же условной ставке.

Видно, что сама по себе экономия времени на ответах невелика. Если не считать поддержку базы, подготовка окупается примерно за пять месяцев (12 000 ÷ 2 400). Но с учётом ежемесячных расходов на поддержку чистая выгода составляет 2 400 – 1 200 = 1 200 # в месяц, и окупаемость растягивается примерно на десять месяцев (12 000 ÷ 1 200). Это важное наблюдение: основной выигрыш базы знаний не в минутах менеджера, а в том, что ответы выдаются в любое время суток и одинаково точно. Мы вернёмся к этому в расчётах Главы 10.

Стоимость одной ошибки. Допустим, устаревший срок монтажа в ответе помощника привёл к спору по одному заказу. Даже если компания пошла навстречу клиенту и дала скидку 5% с чека 90 000 #, это 4 500 #. Одна такая ошибка равна почти двум месяцам экономии времени. Поэтому тщательность блока «Ориентиры» окупается быстрее, чем объём базы.

Ошибки внедрения

Ошибка 1. Передать помощнику все документы компании. Он не отличает внутреннее от внешнего. Всё, что вы загрузили, может прозвучать в разговоре.

Ошибка 2. Не датировать цифры. Через три месяца никто не помнит, актуален ли прайс. Любая цена и любой срок без даты потенциальная проблема.

Ошибка 3. Писать базу слишком гладко. Если в тексте нет оговорок, помощник будет давать безусловные обещания. Честные «зависит от», «при условии» нужны в самой базе.

Ошибка 4. Забыть про ответственного. Если у базы нет владельца, она стареет. Один человек, одна дата последней проверки на первой странице.

Ошибка 5. Не разделять версии для разных услуг. Если у вас несколько направлений, смешанная база приводит к тому, что цены одного перепутываются с условиями другого.

Ошибка 6. Не проверять базу вопросами. Пока вы не задали каверзных вопросов, вы не знаете, как она работает.

Ошибка 7. Включить в базу акции без срока окончания. Помощник будет предлагать акцию, которой давно нет.

Как проверить, что работает

Тест тридцати вопросов. Составьте тридцать вопросов: десять простых, десять с неполными данными, десять с провокацией («а скидку дадите?», «а вы гарантируете результат?», «а у конкурентов дешевле»). Прогоните их через помощника и отметьте для каждого ответа: верно, неточно, ошибочно, передано человеку правильно, передано неправильно.

Целевые ориентиры:

1. Ошибочных ответов (неверные цены, сроки, обещания) должно быть ноль. Один такой ответ означает, что база требует доработки.

2. Вопросов, где помощник вместо передачи человеку попытался ответить сам, быть не должно.

3. Доля «неточных» ответов не должна превышать пятой части. Если больше, не хватает фактов в базе.

Повторяйте тест после каждого обновления базы и раз в месяц на реальных диалогах. Берите не менее тридцати диалогов, иначе вывод ненадёжен.

Вопросы владельцев

«Можно ли загрузить в базу весь сайт?»

Можно как исходный материал, но не как итоговую базу. Сайт написан для привлечения, а не для точных ответов, и часто содержит устаревшие страницы. Выберите нужное, проверьте и оформите заново.

«Что делать, если цены меняются каждую неделю?»

Тогда в базе указывается вилка и порядок расчёта, а точную цену называет менеджер. Хранить неделю в неделю устаревающие цифры в базе нельзя.

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.