

Цель	Объект анализа	Как и где собрать данные	Метрики для анализа	Что анализировать	Результат
Повышение эффективности продаж	Воронка продаж	CRM	Количество лидов Конверсия на каждом этапе воронки Длительность каждого этапа сделки Количество повторных покупок Динамика показателей по году и год к году	KPI план/факт Причины отклонения от плана Выявление этапов воронки с низкой конверсией Выявление сезонности	Выявление проблемных этапов воронки Установка причин снижения конверсии
		Отчеты менеджеров	Детализация звонков Количество успешных звонков Причины отказов Обработка возражений	Навыки ведения переговоров Best practice Трудности на каждом этапе	Проблемы в скриптах Задачи для тренинга
Оценка эффективности технологий и инструментов продаж	CRM система Маркетинговые материалы Скрипты и шаблоны	Техническая документация	Настройки CRM системы	Соответствие этапам воронки Настроенные триггеры	Проблемы в настройках триггеров Сбои в CRM
		Описание бизнес-процессов и работа менеджеров	Наличие описанных бизнес-процессов Следуют ли им менеджеры	Использование скриптов и шаблонов Внесение данных в CRM Знание медиа-кита	Интеграция скриптов в тренинги Не занесение данных в CRM из-за сложности процесса Пробелы в знаниях продукта – доп. тренинги
		Медиа-киты	Наличие медиа-кита	Информативность Прозрачность донесения УТП Яркость и привлекательность	Неинформативные рекламные материалы - переработка Не содержат УТП
		Скрипты	Достаточность Целесообразность	Соответствие ЦА Наличие необходимых сценариев для каждого этапа воронки продаж	Неверный тон коммуникации В сценарии работы с возражениями не все кейсы Нет стимулирующих предложений
Анализ внутренних процессов	Стратегия продаж и ее эффективность	Стратегия продаж	Целевая аудитория Позиционирование Стимулирующие предложения УТП	Корректность выбора ЦА Правильность позиционирования Достаточность УТП Рентабельность предложений	Продукт неправильно позиционируется Ошибки в выборе ЦА УТП не дает отстроиться от конкурентов Скидки слишком глубокие или наоборот слишком маленькие
		Соответствие стратегии целям компании	KPI Цены и ценообразование Тактика продаж Каналы продаж	Соответствие целям компании Соответствие цен рынку Достаточность каналов продаж	KPI занижены Цены не соответствуют рынку Неправильные каналы продаж
		Конкурентный анализ и бенчмарк	Стратегии продаж конкурентов Результаты конкурентов	Сильные и слабые стороны стратегий конкурентов Соответствие Бенчмаркам	Включение успешных стратегий конкурентов в собственную стратегию Корректировка KPI

Эффективность системы управления продажами	Системы управления и контроля	CRM система	Наличие и настройки системы	Соответствие этапам воронки Возможность планирования Контроль настроек	Недостаточное количество CRM статусов Проблемы в настройках
		Система мотивации	Наличие KPI и их координация	Соответствие целям компании KPI разных отделов не противоречат друг другу Материальная мотивация	KPI – завышены или занижены KPI не коррелируют между отделами (маркетинг не заинтересован в выполнении плана продаж) Материальная мотивация недостаточна Нужна не только материальная мотивация
		Система контроля	Отчетность	Наличие метрик по закрытию задач Регулярность обновления отчетности Информативность отчетов	Отчеты приходят с задержкой Отчеты не информативны Менеджеры не понимают содержания отчетов
Влияние внешнего окружения	Внешнее окружение и база клиентов	Конкурентный анализ	Позиционирование УТП Рекламная активность Скрипты Послепродажное обслуживание Акции Ассортимент Стоимость и ценообразование	Конкурентоспособность относительно конкурентов по выделенным метрикам	Бенчмарки Best-practice Необходимость в новых сервисах Корректировка цен
		База клиентов	Объем базы Ключевые сегменты: ABC – сегментация RFM сегментация Сегментация по жизненному циклу	Качество работы со стратегическими аккаунтами Стабильность активных сегментов Выявление спящих клиентов Динамика новых сегментов	Снижение числа новых клиентов Рост клиентов в оттоке или спящих Снижение доли активных клиентов Сокращение числа доходных клиентов Неправильное распределение сил в работе со стратегическими аккаунтами.