

CSWEEK 2026 • 28 ОКТЯБРЯ • МОСКВА

# Ключевой фактор конверсии: качество базы до первого звонка

**Никита Садаков**

Директор по продажам «Базис Недвижимость» • экс-РОП «K2 Дом»

# Конверсия — это произведение, а не сумма



Если база близка к нулю, результат близок к нулю — сколько ни вкладывай в скрипты, обучение и речевую аналитику.

# Скрипт шлифует разговор, которого не будет

**01**

## Всё решают первые 10 секунд

Скрипт шлифует середину разговора. На холодной базе разговор заканчивается на «А кто это?» — до середины не доходит.

**02**

## Нет интереса — нечего закрывать

Работа с возражениями помогает тому, кто уже интересуется. Человеку без потребности она звучит как давление.

**03**

## Сильные уходят первыми

Сотня наборов ради одного живого диалога выжигает лучших. Остаются те, кому всё равно, — и конверсия падает дальше.

# Сырая команда на тёплой базе — закрывает

|                 | База холодная                                                         | База тёплая                                                           |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Сильная команда | <b>Дорогой провал</b><br>Выгорание, текучка и вывод<br>«рынок плохой» | <b>Масштаб</b><br>Здесь вложения в мастерство окупаются               |
| Сырая команда   | <b>Ноль</b><br>И полная уверенность, что виноваты люди                | <b>Сделки и быстрый рост</b><br>Новичок учится на «да», а не на «нет» |

## Новая команда на хорошем потоке лидов

**$\approx 8\% \rightarrow \approx 23\%$**

конверсия лид  $\rightarrow$  доезд за 3 месяца

**2  $\rightarrow$  6**

сотрудников: старт  $\rightarrow$   
3-й месяц

**30–40**

лидов в день к концу 3-  
го месяца

**2 мес.**

от найма до плановых  
показателей

Маркетинг уже  
работал



Команду собрали  
быстро



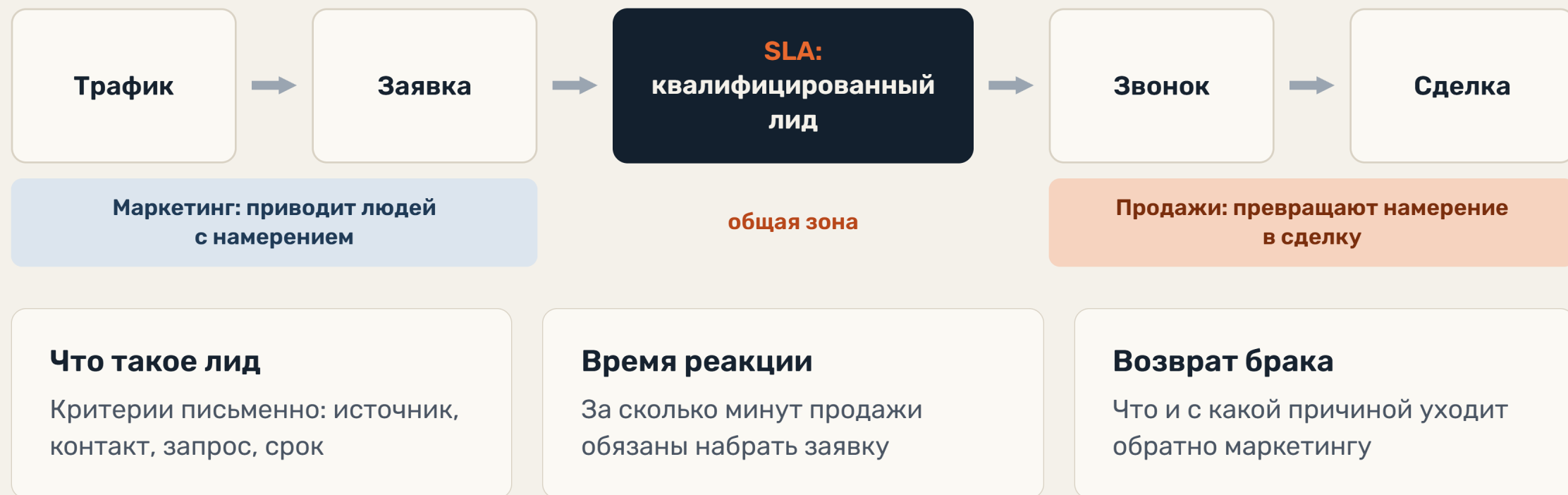
Скрипты писали  
по ходу



Конверсия росла  
каждую неделю

Ни идеальной команды, ни идеального скрипта. Была хорошая база – остальное подтянулось на ней.

# Граница — это не отдел, а договорённость



# Пять проверок без сложных инструментов

| Проверка        | Как сделать за день                   | Красный флаг                   |
|-----------------|---------------------------------------|--------------------------------|
| Дозвон          | 50 случайных номеров, по 2 попытки    | Живой ответ меньше чем у трети |
| Память о заявке | Первый вопрос: «Вы оставляли заявку?» | Больше половины не помнят      |
| Возраст лида    | Время от заявки до первого звонка     | Больше суток — лид остыл       |
| Источник        | Доля живых диалогов по каждому каналу | Один канал даёт основной брак  |
| Дубли и мусор   | Выгрузка: дубли, пустые поля, «тест»  | Битых записей больше 10%       |

Нужны один оператор, выгрузка из CRM и Excel. К вечеру у вас не мнение, а диагноз.

# Три стратегии, которые работают уже сейчас

**01**

## Прогреть до звонка

Сообщение в мессенджер: кто мы, почему звоним и когда наберём. Человек ждёт звонка, а не сбрасывает незнакомый номер.

**02**

## Звонить по температуре

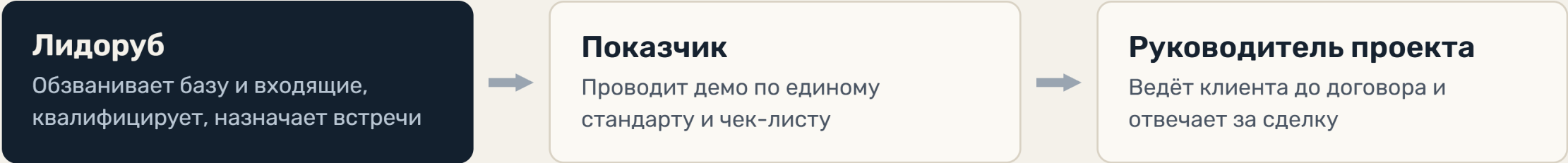
Свежие заявки — в первые минуты. Старую базу — в реактивацию с новым поводом, а не тем же скриптом.

**03 • кейс дальше**

## Отделить квалификацию от продажи

Первая линия только квалифицирует. Продавец получает тех, кто сказал «да, интересно».

# Каждый этап воронки — своему специалисту



|                        | Сейчас: один универсал       | Новая модель: три роли         |
|------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| Конверсия лид → сделка | Низкая: менеджер «плавает»   | Ждём роста: этап у специалиста |
| Слабое звено           | Не видно: весь цикл у одного | Видно, на каком этапе провал   |
| Выход новичка на план  | 3–6 месяцев                  | Цель: 1–2 месяца               |
| Рост в отделе          | «Вечный менеджер», текучка   | Лидоруб → показчик → РП → РОП  |

# Один скрипт на всех — это средний разговор ни для кого

Новый скрипт меняет формулировки. Сегмент меняет повод для звонка, очередь и человека на линии.

# Три оси и одно правило

## Свежесть

Когда оставил заявку

Сегодня — горячий

На этой неделе

Архив — холодный

## Намерение

Что именно запросил

Цена и наличие

Консультация

Подписка, вебинар

## Готовность

Что известно о сделке

Бюджет и срок понятны

Интерес без сроков

«Просто смотрю»

**Правило:** каждый сегмент — своя очередь, свой повод для звонка и свой сотрудник. Начните с 3–4 сегментов, а не с двадцати.

## Что сделать в понедельник

---

**1** Проверить базу — до того, как переписывать скрипт

---

**2** Подписать SLA между маркетингом и продажами

---

**3** Разбить очередь на сегменты со своими поводами

# Проверю вашу базу за один день

Те же пять проверок — на ваших данных. Бесплатно для 3 компаний — участников конференции.

## На выходе:

- где именно теряется конверсия
- какая из трёх стратегий сработает быстрее
- черновик сегментации под вашу очередь

