



intelsib.com

Файл сверки лидов (ФСЛ)

—
Что это и почему это важно?

Что такое ФСЛ?

ФСЛ - это Файл Сверки Лидов, в виде таблицы в Excel. В этом файле Вы совместно с менеджером Intelsib ежедневно вносите информацию о полученных лидах и их дальнейшей судьбе.

Зачем нужен ФСЛ?

Ведение файла сверки лидов даст нам возможность видеть полную картину по лидам, а значит поможет делать правильные выводы об эффективности работы и вовремя вносить в неё корректировки.

Совместное ведение файла сверки лидов даст нам возможность анализировать:

1. Окупаемость рекламы;
2. Цену лида (L3) с учётом реальной CV2;
3. Нецелевые лиды;
4. Целевые отказы;
5. Целевые продажи;
6. Целевые лиды в работе;
7. Типы лидов.

Рассмотрим каждый пункт подробнее

Окупаемость рекламы

Исходя из сверки лидов рассчитывается оборот компании, который получился по лидам, пришедшим за период. По обороту с известной маржой оценивается прибыль. Прибыль должна превышать затраты на рекламную кампанию. Оптимально **прибыль должна превышать затраты в 3 раза**. Окупаемость оценивается как по всей рекламе, так и по каналам.

$$\text{Оборот} * \text{Маржа} = \text{Прибыль}$$

$$\text{ROI} = \frac{\text{Доходы} - \text{Расходы}}{\text{Расходы}} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Расходы}}$$

Корректировка цены лида (L3)

Исходя из сверки лидов корректируется значение конверсии в продажи:

$$\left[CV_{\text{продажи}} = \frac{\text{Количество продаж}}{\text{Количество лидов}} \right]$$

И средний чек:

$$\left[CV_{\text{средний чек}} = \frac{\text{Оборот}}{\text{Количество продаж}} \right]$$

По данным конверсии в продажи и среднего чека корректируется калькулятор и вычисляется цена лида, актуальная для ставок в контекстной рекламе.

Анализ нецелевых лидов

Задача — выявить нецелевую аудиторию, которая приходит по рекламе, и придумать способы ее отсеечения.

Рабочие варианты отсеечения:

- Минус слова в контекстной рекламе;
- Изменение семантического ядра в контекстной рекламе и SEO;
- Использование зацепок-ограничителей в объявлениях и на посадочной странице. Например, указание цены или свойства услуги, которые подходят только целевым посетителям (от 250 000 рублей, готовые решения, только ЮрЛица)

Анализ целевых отказов

Цель – отработка возражений целевой аудитории и поддержка продаж. Для решения проблем также могут быть использованы ограничители. Могут быть выявлены и обозначены проблемы в бизнес-процессах (слишком долгая доставка, платная доставка, дорого, нужно решение под ключ, нет в наличии). Для “нет в наличии” может быть предложена корректировка рекламной кампании или юзабилити сайта, чтобы посетители не доходили до товаров “под заказ”.

Анализ целевых продаж

Цель – выявление приоритетных портретов, на основе информации о тех, кто совершил покупку и сколько денег они принесли.

Анализ лидов в работе

Цель - выявление возражений клиентов и оценки работы менеджеров продаж. В результате анализа, работа менеджеров может быть скорректирована.

Анализ типов лидов

Цель - выявление форм, которые приносят наибольший доход, и расчет конверсии в продажи по каждому типу лида.

Инструкция по работе с ФСЛ

Таблица выглядит так:

Дата / Время	Контактное лицо	Телефон	E-mail	Тип лида	Источник	Тип портрета	Статус	Комментарий	Сумма продажи
				конкретная форма на сайте	поиск яндекс	опт	нецелевой		
				звонок	поиск google	розница	целевой отказ		
				электронная почта	яндекс.директ, кампания		целевой в работе		
					google adwords, кампания		целевой продажа		
					другие рекламные каналы				

Специалист Intelsib вносит:

1. Дату и время поступления лида.
2. Идентификационные данные лида.
3. Тип лида.
4. Источник лида.

Вы вносите:

1. Статус лида (нецелевой, целевой отказ, целевой в работе, целевой продажа)

Важно!

Заявки со статусом “целевой в работе” необходимо еженедельно обновлять - либо менять статус, в зависимости от результата работы, либо дополнять заявку комментарием, на какой стадии работа, в чём сложности и т.п.

1. Характеристика лида по портрету (например: опт или розница, монтажник или строительная организация, Москва или регионы и т.п.).
2. Сумма продажи / договора (в рублях).
3. Комментарий. Если отказ, то комментарий по отказу, если в работе, то комментарий по состоянию сделки, если нецелевой, то комментарий почему нецелевой, если продажа, то комментарий что продали.

Ваши вопросы?

**Хороший результат можно получить только если
работать в команде!**