

# Технический контур франшизы

CRM, телефония, мессенджеры и аналитика: что подключать и в каком порядке, чтобы не переделывать дважды. Плюс семь ошибок, которые встречаются в каждой второй сети.

---

**Кому.** Владелец франшизы и руководителю отдела продаж перед внедрением или переделкой CRM.

**Как пользоваться.** Пройдите по шагам сверху вниз и отметьте, на каком вы остановились.

## Порядок важнее набора

Технический контур переделывают дважды не потому, что выбрали не тот сервис, а потому что собирали не в том порядке. Ниже — последовательность, при которой каждый следующий шаг опирается на предыдущий, а не отменяет его.

---

### 00 Описать воронку на бумаге

**Зачем.** Любая CRM повторяет тот процесс, который вы в неё заложили. Если процесса нет, вы автоматизируете беспорядок и получите его быстрее.

**Что настроить.** Этапы, признак перехода, ответственный, целевой срок. Одна страница, согласованная с теми, кто продаёт.

---

### 01 CRM и воронка

**Зачем.** Без единого места хранения сделок отчётность строится на памяти менеджера.

**Что настроить.** Заводим воронку по описанным этапам. Обязательные поля — минимум: чем их больше, тем чаще менеджер заполняет их формально.

---

### 02 Единая точка входа заявок

**Зачем.** Ручной перенос заявок — источник потерь, который никто не замечает: пропавшую заявку не с чем сравнить.

**Что настроить.** Все формы сайта, квизы, соцсети и площадки заводятся в CRM интеграцией. Проверка: отправьте тестовую заявку из каждого источника и найдите её в CRM.

---

### 03 Телефония

**Зачем.** Без записей разговоров нельзя ни обучать, ни разбирать причины отказов — остаются пересказы.

**Что настроить.** Номер, привязка записи к сделке, фиксация пропущенных. Пропущенный звонок создаёт задачу автоматически.

---

### 04 Мессенджеры в одном окне

**Зачем.** Переписка в личном телефоне менеджера уходит вместе с менеджером.

**Что настроить.** Telegram, WhatsApp, VK, площадки объявлений — в интерфейс CRM. Переписка привязана к сделке и остаётся в компании.

---

## 05 Автоматизация этапов

**Зачем.** Сделки умирают не от отказа, а от тишины.

**Что настроить.** Автозадачи при смене этапа, напоминания о просрочке, автосообщения на ключевых шагах. Правило: сделка не может существовать без следующей задачи.

---

## 06 Источники и сквозная аналитика

**Зачем.** Пока не видно цену партнёра по каналу, бюджет распределяется по ощущениям.

**Что настроить.** Метки кампаний сохраняются в сделке и доживают до статуса «оплачено». Расходы кабинетов сводятся с выручкой в одном отчёте.

---

## 07 Контроль качества

**Зачем.** Один разобранный разговор в неделю меняет конверсию сильнее, чем новый скрипт.

**Что настроить.** Регулярный разбор записей по чек-листу. Оценка не для наказания, а для обучения — иначе менеджеры начнут избегать записи.

---

## 08 Дашборд руководителя

**Зачем.** Если для отчёта нужно кого-то попросить, отчёта не будет.

**Что настроить.** Воронка, просроченные задачи, скорость ответа, цена партнёра по каналам — на одном экране, обновляется само.

---

## 09 Доступы и резервные копии

**Зачем.** Самая дорогая техническая ошибка — узнать, что домен, кабинет или CRM оформлены на подрядчика.

**Что настроить.** Все аккаунты — на юридическое лицо и корпоративную почту. Регулярная выгрузка базы, восстановление проверено хотя бы раз.

---

## Семь ошибок, которые видно в каждой второй сети

1. Автоматизируют до того, как описали процесс. Через полгода CRM переделывают целиком.
2. Заводят двадцать обязательных полей. Менеджеры заполняют их мусором, и данные перестают что-либо значить.
3. Оставляют переписку в личных мессенджерах. При уходе сотрудника история клиентов уходит с ним.
4. Ставят телефонию без привязки записи к сделке. Записи есть, найти нужную нельзя.
5. Не доводят метку кампании до оплаты. Видна цена заявки, не видна цена партнёра — сравнивать каналы нечем.

6. Строят отчёты вручную в таблице. Отчёт живёт ровно до того месяца, когда стало некогда.
7. Оформляют домен, кабинеты и CRM на подрядчика. Обнаруживается это в момент расставания.

### Проверка за пятнадцать минут

Отправьте тестовую заявку из каждого источника, который у вас работает, и засекайте, через сколько минут по ней позвонили. Затем откройте CRM и посмотрите, у скольких сделок в работе нет следующей задачи. Эти две цифры обычно объясняют большую часть разрыва между «заявки идут» и «партнёров нет».

---

**Franch Royalty Маркетинг** — консалтинг под ключ для франшиз: аудит, доупаковка продукта, свой отдел продаж вместо брокеров, CRM и автоматизация, маркетинг со сквозной аналитикой.

[franch-royalty-marketing.ru/konsalting-dlya-franshiz](https://franch-royalty-marketing.ru/konsalting-dlya-franshiz) · +7 999 156-24-73 · Telegram @hoxwox