



команда роста на аутсорсе  
для системного улучшения ключевых метрик

## Аудит-лист: Качество данных в CRM

Повысьте надежность аналитики и эффективность продаж, предотвращая 'мусор на входе, мусор на выходе'

### Введение: Зачем нужен качественный аудит CRM?

В современном бизнесе данные – это ключевой актив. Однако, по данным исследований, компании теряют до 15% своего дохода из-за недостаточного уровня качества данных (decosystems.ru). Неточные, неполные или устаревшие данные в CRM приводят к неверным управленческим решениям, снижению эффективности маркетинговых кампаний, ухудшению взаимодействия с клиентами и, как следствие, к финансовым потерям и потере репутации.

Этот аудит-лист разработан, чтобы помочь вам систематически проверять качество заполнения карточек сделок и контактов в вашей CRM-системе. Он поможет выявить типичные ошибки, стандартизировать ввод данных и обеспечить надежность вашей аналитики продаж, превращая CRM из 'записной книжки' в мощный инструмент роста.

### Общие правила заполнения CRM (инструкция для менеджеров)

#### Принцип 'одна сделка - одна потребность'

Каждая сделка в CRM должна соответствовать одной конкретной потребности клиента или одному продукту/услуге, даже если один клиент имеет несколько потребностей. Это позволяет точно отслеживать воронку по каждой инициативе.

#### Обязательные поля при создании новой сделки/контакта

При создании новой сделки или контакта, менеджер обязан заполнить следующие поля: 'Название сделки', 'Название контакта/компании', 'Телефон', 'Email', 'Источник лида', 'Бюджет/Предполагаемая сумма сделки' (для сделок), 'Ответственный менеджер'.

#### Правила именования сделок и контактов

Сделка: 'Тип продукта/услуги - Название компании - Краткая суть потребности'. Например: 'Внедрение CRM - ООО 'Альфа' - Автоматизация отдела продаж'.  
Контакт: 'Фамилия Имя Отчество' (для физ. лиц) или 'Название компании' (для юр. лиц).

#### Требования к комментариям и истории взаимодействия

Все значимые взаимодействия (звонки, письма, встречи) должны быть зафиксированы в карточке сделки/контакта с кратким, но информативным комментарием. Комментарии должны содержать дату, суть обсуждения, достигнутые договоренности и следующие шаги. Избегайте общих фраз типа 'созвонились'.

## Актуальность данных

Регулярно проверяйте и обновляйте контактные данные, статус сделок, запланированные активности. Устаревшие данные приводят к неправильным выводам и упущенным возможностям.

## Аудит-лист: Качество данных в CRM

Таблица не помещается на страницу PDF — она содержит слишком много столбцов. Полная таблица доступна для скачивания в файле Excel, который прилагается к этому материалу.

## Рекомендации по внедрению и поддержанию качества данных

### Регулярное проведение аудитов

Проводите аудит качества данных в CRM еженедельно или ежемесячно. Это не одноразовый проект, а постоянный процесс, который следует пересматривать не реже одного раза в год (investglass.com).

### Обучение команды

Проводите регулярные тренинги для менеджеров по правилам заполнения CRM и важности качественных данных. Объясняйте, как некачественные данные влияют на их личные KPI и общую прибыль компании.

### Внедрение KPI по качеству данных

Включите в систему мотивации менеджеров показатели, связанные с качеством заполнения CRM (например, процент заполненных обязательных полей, отсутствие просроченных задач). Это стимулирует их соблюдать правила.

### Автоматизация контроля

Используйте возможности CRM для автоматического контроля (например, обязательные поля, уведомления о просроченных задачах). Рассмотрите внедрение AI-скоринга сделок для более точного прогнозирования (netpeak.net).

### Обратная связь и корректировка

Собирайте обратную связь от менеджеров по удобству заполнения CRM. Корректируйте правила и этапы воронки на основе анализа данных и предложений команды.

### Принцип 'мусор на входе, мусор на выходе'

Помните, что ценность аналитики напрямую зависит от качества исходных данных. Инвестиции в качество данных окупаются многократно.

# Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

