



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Чек-лист для диагностики причин некачественных лидов по каналам

Пошаговый аудит-лист для выявления источников некачественных лидов

Общие настройки

☐ Согласованы ли ICP (Ideal Customer Profile) и критерии MQL/SQL с продажами?

ICP — фундамент для оценки качества лидов. Без согласования маркетинг и продажи работают по разным критериям, что приводит к конфликтам и потере сделок (Source: rechka.ai).

☐ Есть ли SLA (Service Level Agreement) между маркетингом и продажами?

Определяет сроки обработки лидов, ответственность сторон и критерии передачи лидов, что снижает количество потерянных сделок.

☐ Настроена ли сквозная аналитика до продаж?

Позволяет отслеживать цепочку 'реклама → лид → продажа' и видеть, какие каналы приносят качественные лиды. (Source: primo.agency)

Аудит рекламных кампаний

Канал	Пункт проверки	Комментарий/Критерий
Контекстная реклама	Проверена ли семантика на нецелевые запросы?	Актуальность запросов (еженедельная выгрузка отчёта поисковых запросов). Используются ли минус-слова/исключения? (Source: primo.agency)
Контекстная реклама	Соответствует ли оффер в объявлении офферу на сайте?	Заголовок, оффер, цена, гео должны быть согласованы. (Source: primo.agency)
Контекстная реклама	Указаны ли цены/ограничения в объявлении?	Помогает отсеять нецелевую аудиторию на этапе клика.
Контекстная реклама	Настроены ли автоматические правила отсева ботов/спама?	Яндекс усилил антифрод, но часть визитов может остаться во внешней аналитике. (Source: biz360.ru)
Таргетированная реклама	Проверен ли таргетинг на нецелевые аудитории?	Исключены ли нерелевантные интересы, демографические группы?
Таргетированная реклама	Соответствует ли оффер в объявлении офферу на сайте?	Ожидания пользователя должны быть оправданы после перехода.
Таргетированная реклама	Указаны ли цены/ограничения в объявлении?	Повышает качество трафика, отсекая тех, кто не готов платить.
Таргетированная реклама	Используются ли списки исключений/минус-аудитории?	Для исключения конкурентов, текущих клиентов, нецелевых сегментов.

Канал	Пункт проверки	Комментарий/Критерий
Таргетированная реклама	Настроены ли автоматические правила отсева ботов/спама?	Мониторинг подозрительной активности и блокировка недействительных кликов.
SEO	Проверены ли ключевые слова на нецелевые запросы?	Анализ поисковых запросов, по которым приходит трафик. Использование минус-слов в контенте.
SEO	Соответствует ли мета-описание и заголовок страницы её содержанию?	Снижает показатель отказов и привлекает более релевантный трафик.
Email-маркетинг	Сегментирована ли база рассылки?	Отправка релевантных предложений целевым сегментам.
Email-маркетинг	Соответствует ли содержание письма ожиданиям получателя?	Четкий призыв к действию и соответствие оффера.

Аудит посадочных страниц

☐ Соответствует ли первый экран ожиданиям пользователя из рекламы?

Оффер, заголовок, цена, география должны быть согласованы с объявлением. (Source: primo.agency)

☐ Есть ли на странице информация о ценах/условиях?

Помогает отсеять лиды, не готовые к озвученным условиям, до заполнения формы.

☐ Размещены ли квалифицирующие вопросы в форме?

Добавление 3-4 квалифицирующих полей (бюджет, отрасль, должность) помогает отсеять незаинтересованных пользователей. Чем больше усилий для заполнения, тем серьезнее намерение. (Source: rechka.ai)

☐ Есть ли валидация полей формы (телефон, email)?

Блокировка временных почт, проверка существования номера телефона через API операторов. (Source: laravel-docs.com, rechka.ai)

☐ Отображается ли форма только после прокрутки/изучения контента?

Пользователь, который проводит на сайте менее 15 секунд и не скроллит, скорее всего, нецелевой. (Source: rechka.ai)

Аудит аналитики и CRM

☐ Отслеживаются ли поведенческие метрики (время на сайте, глубина просмотра)?

Пользователь, который не просматривает ключевые разделы (цены, кейсы), скорее всего, не является целевым. (Source: rechka.ai)

☐ Настроен ли лид-скоринг в CRM?

Присвоение баллов каждому обращению на основе явных и поведенческих характеристик для определения вероятности конверсии. (Source: rechka.ai)

☐ Фиксируются ли причины дисквалификации лидов?

Помогает понять источник некачественных лидов (например, 'нет бюджета', 'студент', 'конкурент') и устранить его. (Source: rechka.ai)

☐ Проводится ли регулярный анализ связки 'канал-качество лида'?

Отслеживание, какие рекламные каналы приносят качественные лиды, а какие — 'мусорные'. Перераспределение бюджета в пользу эффективных каналов. (Source: rechka.ai)

Речевая аналитика (если используется)

☐ Выявляются ли в диалогах критерии нецелевых лидов (студенты, конкуренты, нет бюджета)?

Автоматическая классификация звонков и выявление 'мусорных' типов заявок (Source: rechka.ai).

☐ Используется ли речевая аналитика для обучения менеджеров?

Помогает улучшить скрипты обработки лидов и повысить конверсию.

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

