



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон описания бизнес-процесса и ЦКП

Пошаговый шаблон для стандартизации операций и определения ценного конечного продукта

Раздел 1: Описание бизнес-процесса

Название процесса	Пример: 'Прием и обработка заказа'
Цель процесса	Пример: 'Обеспечить своевременную и точную обработку входящих заказов'
Владелец процесса	Кто отвечает за его эффективность и результат. Пример: 'Руководитель отдела продаж'
Триггер начала процесса	Что запускает процесс. Пример: 'Поступление нового заказа через CRM/сайт/телефон'
Конечный результат процесса	Что должно быть получено в итоге. Пример: 'Заказ принят, подтвержден клиентом и передан в отдел комплектации'

Этапы процесса

Шаг	Название шага	Описание действий	Ответственный	Необходимые ресурсы/инструменты
1	Регистрация заказа	Проверить наличие всех данных, присвоить номер, занести в CRM	Менеджер по продажам	CRM-система, форма заказа
2	Проверка наличия	Уточнить наличие товара на складе или сроки поставки	Менеджер по продажам	Система складского учета
3	Согласование с клиентом	Связаться с клиентом для подтверждения деталей, сроков и стоимости	Менеджер по продажам	Телефон, email, CRM

Блок-схема процесса

Визуальное представление последовательности шагов и решений. Рекомендуется использовать нотацию BPMN для стандартизации (Sales-Generator.ru).

Пример последовательности:

Начало (Овал) -> Действие (Прямоугольник) -> Решение (Ромб) -> Действие (Прямоугольник) -> Конец (Овал)

Пример:

[Поступил заказ] -> [Менеджер регистрирует заказ] -> [Товар в наличии?] (Да/Нет)
 Если Да -> [Подтверждение клиенту] -> [Заказ передан в комплектацию]
 Если Нет -> [Согласование сроков с клиентом] -> [Подтверждение клиенту] -> [Заказ передан в комплектацию]

Контрольные точки и возможные ошибки

Контрольная точка	Метрика	Возможные ошибки	Способы предотвращения
Регистрация заказа	Время регистрации (цель: до 15 мин)	Неполные данные, дублирование заказа	Обязательные поля в CRM, автоматическая проверка дубликатов
Согласование с клиентом	Процент подтвержденных заказов (цель: >90%)	Недопонимание условий, отказ клиента	Четкие скрипты общения, запись разговоров, CRM-карточка клиента

Раздел 2: Описание роли и ЦКП

Название должности/роли

Пример: 'Менеджер по продажам'

Основная миссия роли

Пример: 'Обеспечение роста клиентской базы и выполнение плана продаж за счет эффективной коммуникации с потенциальными и существующими клиентами'

Ценный Конечный Продукт (ЦКП)

Четкое, измеримое описание результата, который должен производить сотрудник. Это решение задачи покупателя (Kokos.com).

Признаки правильно сформулированного ЦКП (Orgmetrix.ru):

1. Результат, а не процесс (не 'проводить рекламу', а 'полученные лиды').
2. Измеримый (не 'довольные клиенты', а 'клиенты с NPS $\geq$ 9, продолжающие платить').
3. Одна главная вещь, а не список.
4. Полезен для компании, а не для самой должности.
5. Очевиден для внешнего наблюдателя ('продукт есть' или 'продукта нет').

Примеры ЦКП:

- Менеджер по продажам: 'Заклученные сделки, оплаченные клиентом' (Orgmetrix.ru).
- Маркетолог: 'Подписчики, дающие лиды и покупки' (Orgmetrix.ru).
- HR-менеджер: 'Нанятые сотрудники, прошедшие испытательный срок' (Orgmetrix.ru).
- Разработчик: 'Зарелиженные фичи, влияющие на метрики продукта' (Orgmetrix.ru).
- Руководитель отдела продаж: 'Выполненный план отдела продаж по выручке и марже' (Orgmetrix.ru).

Ваш ЦКП для 'Менеджера по продажам': 'X новых клиентов в месяц с чеком от Y рублей, или Z% от плана продаж'

Ключевые зоны ответственности и KPI

Ключевая зона ответственности	Ключевые показатели эффективности (KPI)
Привлечение новых клиентов	Количество квалифицированных лидов, конверсия лида в сделку (цель: >15%)
Ведение текущих клиентов	Уровень удержания клиентов (Retention Rate), средний чек сделки, NPS (цель: >7)
Выполнение плана продаж	Объем продаж в рублях, количество закрытых сделок
Работа с CRM	Актуальность данных в CRM, своевременное заполнение карточек клиентов (цель: 100%)

Внедрение ЦКП: ошибки и рекомендации

- ☐ Объясните кандидату, какой результат от него ждут
Это снимает 80% будущих недопониманий (Orgmetrix.ru).
- ☐ Регулярно проверяйте, производит ли сотрудник свой ЦКП
Раз в квартал. Если нет — коучинг или замена (Orgmetrix.ru).
- ☐ Избегайте одинакового ЦКП для разных должностей
Если у двух должностей одинаковый ЦКП, одна из них лишняя (Orgmetrix.ru).
- ☐ Не нанимайте 'нужного человека', нанимайте под конкретный результат
Нет ЦКП → нет должности (Orgmetrix.ru).

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

