



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Шаблон плана развития территории (30-60-90 дней)

Практический фреймворк для менеджеров по продажам

Раздел 1: Обзор территории

Название территории	_____
Менеджер	_____
Текущий потенциал территории (руб./год)	_____ (Оцените по формуле: Число целевых клиентов × Средний чек × Частота закупок в год)
Ключевые клиенты (список)	1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____
Основные конкуренты	1. _____ 2. _____ 3. _____

Раздел 2: План на 30 дней (Анализ и Приоритеты)

Цель	Действия	Ожидаемые результаты	Метрики успеха
Погружение в территорию и сбор данных	• Проанализировать исторические данные продаж по территории за последние 12 месяцев. • Изучить CRM-систему на предмет текущих и потенциальных клиентов (Xtensio). • Провести SWOT-анализ территории (сильные/слабые стороны, возможности/угрозы). • Определить 5 ключевых городов/сегментов с наибольшим потенциалом. • Оценить 10 действующих партнёров/клиентов по потенциалу и лояльности.	• Четкое понимание текущего состояния территории. • Выявление основных драйверов роста и барьеров. • Приоритетный список для дальнейшей работы.	• Заполненная карта территории с клиентами и конкурентами. • Список из 5 приоритетных сегментов/городов. • Оценка 10 текущих партнёров.

Раздел 3: План на 60 дней (Действия)

Цель	Действия	Ожидаемые результаты	Метрики успеха
Начало активной работы и генерация пайплайна	- Запустить первые последовательности контактов (outreach sequences) с приоритетными клиентами (Xtensio). - Активировать 3 приоритетных партнёра/клиента из списка 30 дней (провести встречи, презентации). - Запустить поиск 5 новых дилеров/клиентов в приоритетных сегментах. - Провести 10-15 квалификационных звонков/встреч для выявления потребностей. - Начать построение отношений с потенциальными партнёрами по каналам сбыта (если применимо).	- Создание первичного пайплайна сделок. - Установление первых контактов с новыми клиентами/партнёрами. - Переход от фазы обучения к фазе активного вклада (Xtensio).	- Количество проведенных квалификационных звонков/встреч. - Количество созданных возможностей (opportunities) в CRM. - Количество активированных/возобновивших работу партнёров.

Раздел 4: План на 90 дней (Результаты и Корректировка)

Цель	Действия	Ожидаемые результаты	Метрики успеха
Достижение первых результатов и оптимизация стратегии	- Сверить фактические результаты с планом на 30 и 60 дней. - Закрыть 1-2 сделки из созданного пайплайна. - Скорректировать распределение ресурсов и приоритеты на основе полученных данных. - Зафиксировать контрольные точки и план на следующий квартал. - Провести анализ первых успехов и неудач, определить области для улучшения.	- Достижение первых продаж и подтверждение эффективности стратегии. - Оптимизированный план для дальнейшего развития территории. - Полная продуктивность в работе с территорией (Xtensio).	- Количество закрытых сделок. - Выполнение плана по выручке за 90 дней. - Обновленный план развития территории на следующий период.

Раздел 5: Ключевые показатели эффективности (KPI)

Показатель	Цель (за 90 дней)	Факт (за 90 дней)	Комментарии
Выполнение плана по выручке	___%	___%	
Количество новых клиентов	___	___	
Количество визитов к ключевым клиентам	___	___	
Доля охваченных клиентов на территории	___%	___%	

Показатель	Цель (за 90 дней)	Факт (за 90 дней)	Комментарии
Конверсия из визита в заявку	___%	___%	
Средний чек	___ руб.	___ руб.	
Количество созданных возможностей (opportunities)	___	___	

Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

