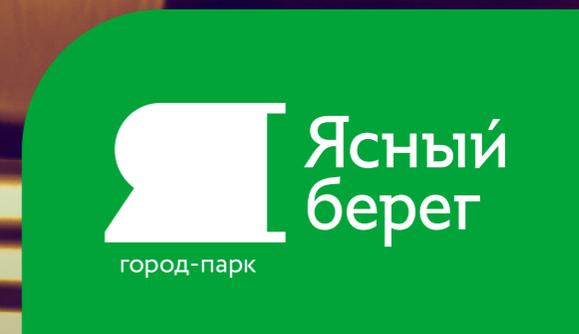
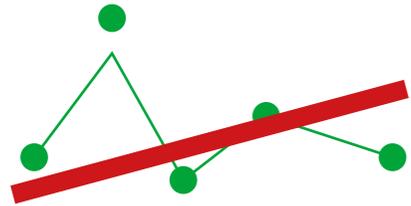


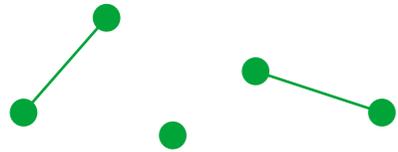
5 ошибок воронки продаж застройщика



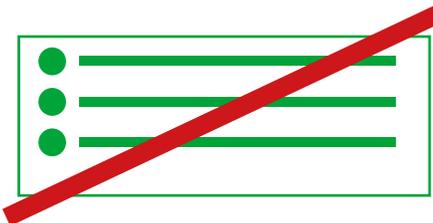
Нет воронки



Ничего не считают



Считают раз от раза



Считают, но нет CRM



План отдельно – воронка отдельно

Воронка —
просто статистика

Нет анализа

Нет плана
по каждому этапу
воронки



Воронка

План



Маркетинг VS продажи

Маркетинг
ориентирован
на лиды

Продажи
ориентированы
на сделки

Нет сквозной
аналитики

Нет «прожарки» клиента

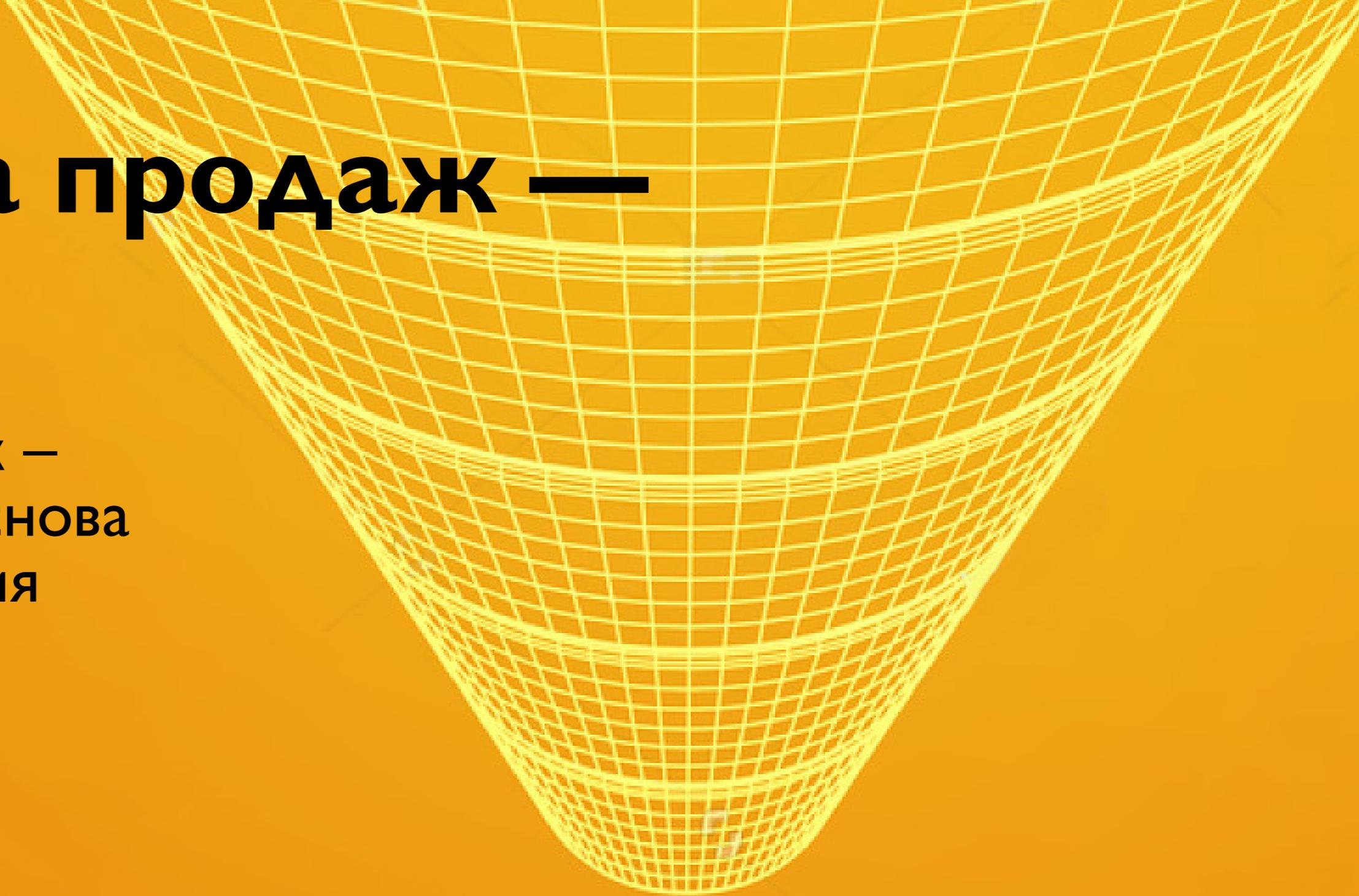
Мало слоёв в воронке

Нечёткая конверсия
внутри между слоями



Воронка продаж — Догма

Воронка продаж —
единственная основа
для планирования



Спасибо за внимание!

Елена Астахова

Директор по продажам Город-парк
«Ясный Берег», г. Новосибирск

