

ДЕМОНСТРАЦИОННЫЙ ОТЧЕТСоздано с помощью Talkeo <https://talkeo.ru>

Анализ клиентского сервиса

Клиент: **СтройБалт**Канал:  **Telegram** **СтройБалт & GoodDigital****75**

Оценка работы менеджеров

Менеджеры демонстрируют высокий уровень проактивности в ведении рекламных кампаний, но имеют сложности с оперативной модерацией и отчетностью по бюджетам.

Формула оценки: На основе 14 критериев чек-листа — 9 соблюдаются полностью (×10 баллов), 3 частично (×5 баллов), 2 не соблюдаются (×0 баллов). Итого: $(90+15+0)/14 \approx 75$ баллов.

5

УЧАСТНИКОВ

387

СООБЩЕНИЙ

с 26 авг 2025 по 9 дек 2025

ПЕРИОД

Клиенты**А** Алексей Петров**Е** Елена Козлова**Менеджеры****А** Анна Иванова**И** Ирина Соколова**Д** Дмитрий Смирнов

Краткое резюме чата

В ходе диалога менеджеры агентства (Ирина, Анна, Дмитрий) ведут комплексное сопровождение клиента по направлению SMM и таргетированной рекламы. Основной фокус направлен на выполнение KPI по лидам, запуск сезонных кампаний и тестирование новых площадок (Telegram Ads). Менеджеры успешно используют методологию еженедельных медиапланов, что помогает фиксировать бюджеты и договоренности.

Профили клиентов

А **Алексей Петров (alex_petrov)**
Маркетолог со стороны СтройБалт

Клиент

Дружелюбный

Контролирующий

Детально-ориентированный

Лояльный

😊 **Удовлетворенность (CSAT)** **85%**

CSAT (Customer Satisfaction Score) — оценка удовлетворенности на основе анализа коммуникации

🧠 Психотип и стиль коммуникации

Партнерский и вовлеченный тип. Ценит неформальное, теплое общение, но при этом строго следит за стоимостью лида (CPL) и качеством заявок. Склонен к детальному контролю (проверяет UTM-метки, тексты объявлений), но эмоционально привязан к команде агентства.

⚠️ Бизнес-риски

- Риск раздражения из-за отклонения рекламных объявлений модерацией, что приводит к простоям кампаний.
- Чувствительность к "скликиванию" бюджета: клиент замечает аномалии в трафике раньше менеджеров.
- Зависимость согласования креативов от личного вкуса Алексея.

💰 Возможности роста

- Высокий потенциал для Upsell видео-продакшна (Reels, Shorts), так как клиент ищет новые форматы вовлечения.
- Готовность тестировать новые каналы (Telegram Ads) при наличии четкого прогноза.
- Расширение медийного бюджета на 2026 год при выполнении KPI.



Елена Козлова (elena_kozlova)

Коммерческий директор СтройБалт

Клиент

Требовательный

Рациональный

Защищающий интересы

Лаконичный



Удовлетворенность (CSAT)

70%



CSAT (Customer Satisfaction Score) — оценка удовлетворенности на основе анализа коммуникации



Психотип и стиль коммуникации

Директивный и результат-ориентированный тип. Фокусируется на ROI и конверсии в сделку. Требует прозрачности в отчетах о расходах. Менее склонна к обсуждению креативов, ценит сухие цифры и соблюдение плановых показателей продаж.



Бизнес-риски

- Высокий риск эскалации при невыполнении плана по лидам в отчетный период.
- Риск смены подрядчика, если CPL будет системно превышать плановые значения.
- Возможное сокращение бюджета на Branding-кампании в пользу Performance.



Возможности роста

- Закрепление сотрудничества через внедрение сквозной аналитики и дашбордов.
- Переход на оплату за квалифицированный лид (CPL/CPA модель) при увеличении объемов.

Профили менеджеров

А Анна Иванова (anna_ivanova)
Таргетолог / Трафик-менеджер

Менеджер

Решает проблемы

Оперативный

Технически подкованный

Эмпатичный

7.9/10

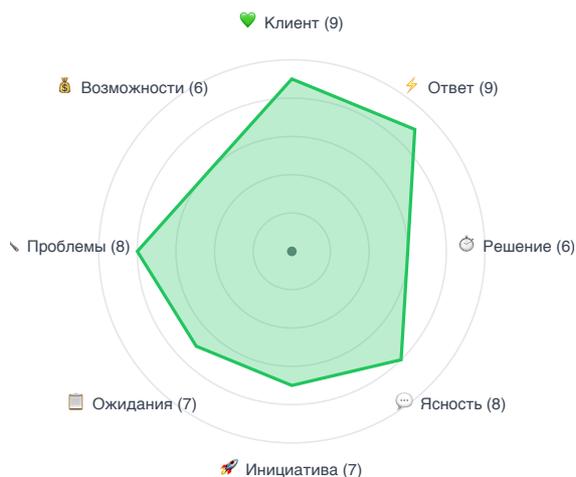
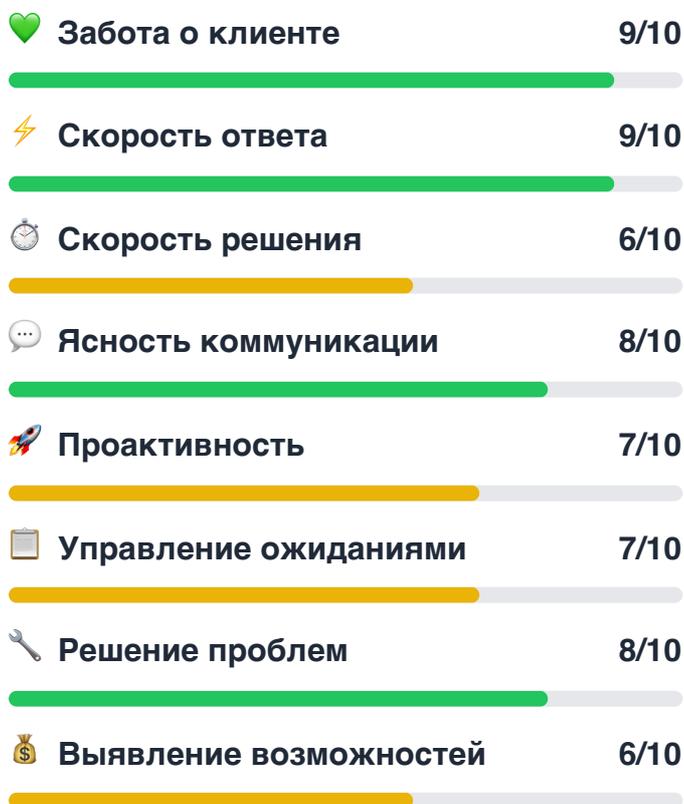
ОБЩАЯ ОЦЕНКА

✔ Усилить / Продолжать

- Продолжать использовать эмпатичный стиль общения («Понимаю, что модерация затянулась»), это снижает градус напряжения.
- Усиливать контроль над бюджетами: если CPL растет, информировать клиента до того, как он сам это заметит.
- Активнее проверять корректность UTM-меток перед запуском.

⚠ Исправить / Избегать

- Не давать размытых сроков типа «скоро модерация пропустит» без четкого дедлайна.
- Избегать профессионального сленга («крео», «открут») в общении с клиентом.





Ирина Соколова

(irina_sokolova)

Account Manager / SMM Lead

Менеджер

Структурирующий

Профессиональный

Внимательный к деталям

Дисциплинированный

9.1 /10

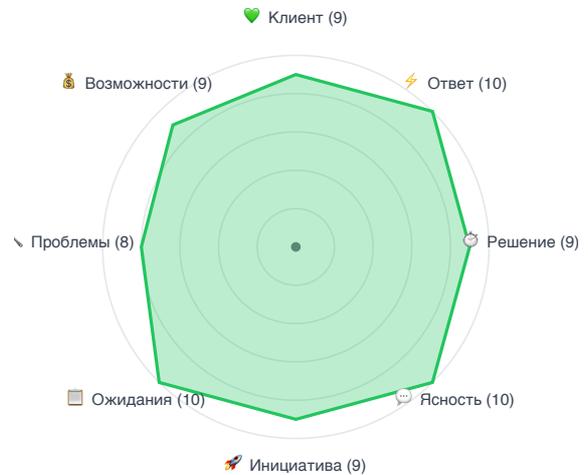
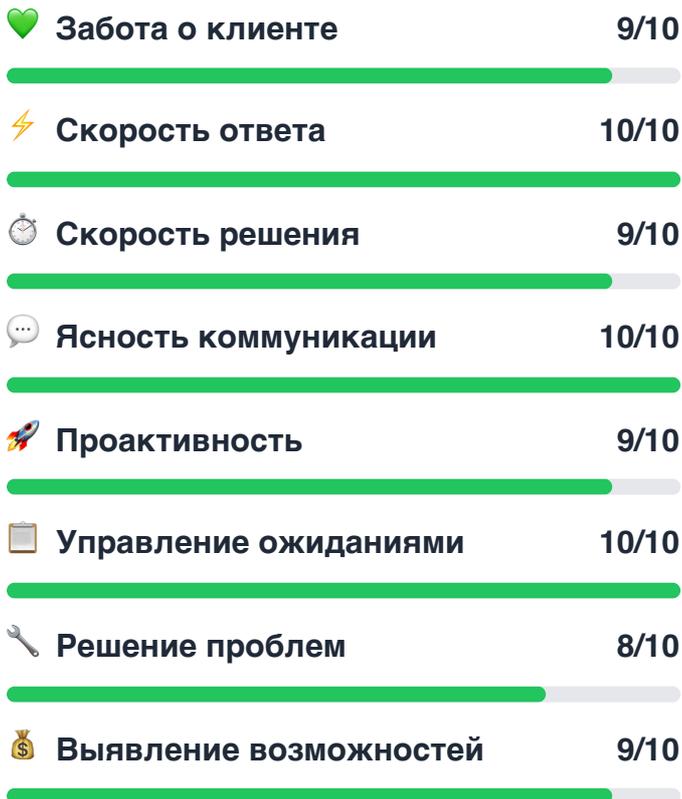
ОБЩАЯ ОЦЕНКА

✔ Усилить / Продолжать

- Сохранять практику фиксации медиапланов в саммари — это минимизирует споры по бюджетам.
- Продолжать четко разделять зоны ответственности (подготовка креативов vs настройка рекламы).
- Активно продвигать новые каналы трафика (Telegram Ads, VK Клипы).

⚠ Исправить / Избегать

- Не допускать отправку сразу 10+ вариантов креативов на согласование — лучше давать шорт-лист.
- Следить, чтобы таргетологи (Анна) вовремя обновляли данные в сводных таблицах.





Дмитрий Смирнов

Д (dmitry_smirnov)

SMM Стратег / Креатор

Менеджер

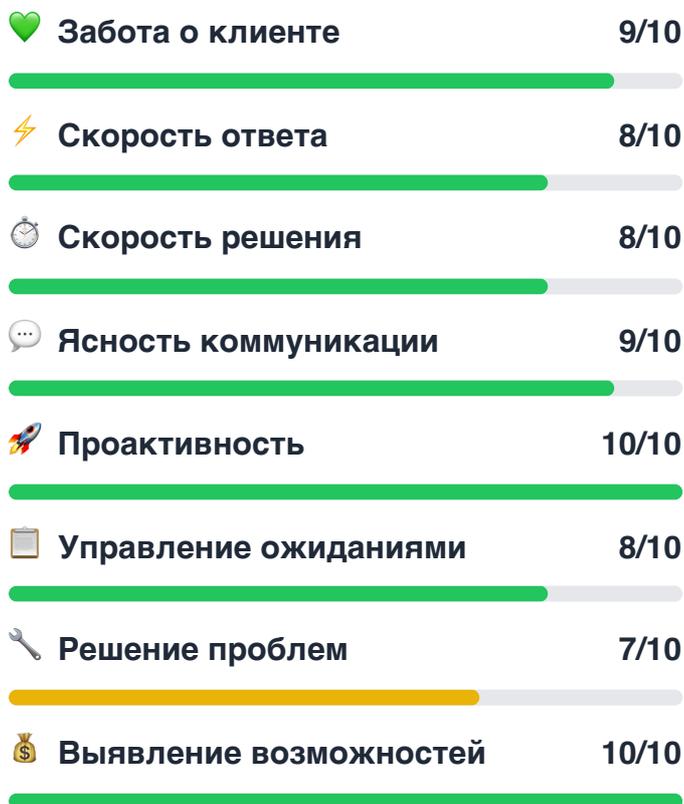
Проактивный

Аналитичный

Креативный

8.6/10

ОБЩАЯ ОЦЕНКА

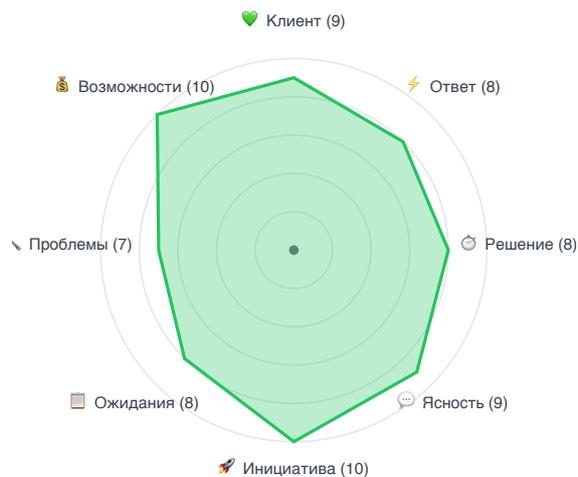


✅ Усилить / Продолжать

- Развивать стратегический консалтинг (анализ конкурентов, трендвотчинг).
- Использовать креативный подход для создания вирусных механик.

⚠️ Исправить / Избегать

- Не перегружать клиента сложными маркетинговыми терминами без пояснений.



Чек-лист работы менеджеров

9  Соблюдается

3  Частично

2  Не соблюдается

Критерий	Исполнение	Комментарий / Рекомендация
ВЕЖЛИВОСТЬ И ЭТИКЕТ	Да	Менеджеры (Ирина, Анна, Дмитрий) соблюдают деловой этикет. Продолжать в том же духе.
ДЕЛОВОЙ СТИЛЬ И TONE OF VOICE	Частично	Анна использует профессиональный сленг («крео», «открут», «лиды»), что может быть непонятно клиенту. Анне следует использовать общепонятные термины («рекламные объявления», «расход бюджета», «заявки»).
СКОРОСТЬ РЕАКЦИИ (SLA)	Да	Первичные ответы на вопросы по отклоненным объявлениям поступают быстро. Сохранять темп.
СТРУКТУРА СООБЩЕНИЙ	Да	Ирина отлично структурирует медиапланы и отчеты.
ЧЕТКОСТЬ И КОНКРЕТИКА	Нет	Анна систематически использует размытые формулировки: «скоро должно пройти», «примерно на днях», «постараемся успеть». Клиент не получает четких дедлайнов и не может планировать. КРИТИЧНО: Всегда указывать конкретные даты и время. Использовать регламентные сроки площадок (например, «ВКонтакте проверяет до 24 часов, результат будет известен до 18:00 завтра»).
ПРОАКТИВНОСТЬ	Да	Дмитрий предлагает новые механики вовлечения (конкурсы) и каналы трафика. Анне стоит проактивно уведомлять о росте CPL до того, как клиент сам это заметит.

Критерий	Исполнение	Комментарий / Рекомендация
РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ	Да	<p>Менеджеры корректно отвечают на вопросы об эффективности, предоставляя данные и объясняя динамику показателей.</p> <p>При негативной динамике сразу предлагать план корректировок, а не только констатировать факты.</p>
ЭКСПЕРТНОСТЬ И КОМПЕТЕНТНОСТЬ	Да	<p>Менеджеры демонстрируют знание специфики рекламных площадок, особенностей модерации и трендов в таргетированной рекламе.</p> <p>Можно добавлять ссылки на кейсы или статьи при описании новых стратегий.</p>
UPSELL И CROSS-SELL	Да	<p>Дмитрий грамотно предлагает видео-продакшн и новые каналы трафика в контексте бизнес-целей клиента.</p> <p>Предлагать дополнительные услуги после успешного закрытия месячного KPI.</p>
ЗАВЕРШЕНИЕ ДИАЛОГА	Частично	<p>В большинстве случаев диалоги завершаются после решения вопроса, но редко уточняется, остались ли еще вопросы.</p> <p>Внедрить привычку завершать обсуждение фразой: «Остались ли вопросы по кампании?».</p>
ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ	Да	<p>Менеджеры поддерживают позитивный тон. Анна умело сглаживает углы в ситуациях с модерацией и техническими проблемами.</p> <p>При серьезных просадках в показателях сохранять спокойный тон и фокусироваться на решениях.</p>
ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ	Да	<p>Менеджеры помнят детали (предпочтения по креативам, прошлые успешные кампании), что создает доверительную атмосферу.</p> <p>Продолжать фиксировать предпочтения в CRM для использования в будущих кампаниях.</p>
FOLLOW-UP	Да	<p>Анна делает фоллоу-ап после запуска кампаний, чтобы убедиться в корректности настроек и отслеживания конверсий.</p>

Критерий	Исполнение	Комментарий / Рекомендация
		<p>Системно делать фоллоу-ап через 3 дня после запуска каждой новой кампании.</p>
<p>ПРОЗРАЧНОСТЬ ОТЧЕТНОСТИ ПО БЮДЖЕТАМ</p>	<p>Нет</p>	<p>Клиент неоднократно запрашивает детализацию расходов, но получает только общие цифры без разбивки по кампаниям и статьям. Отсутствует проактивная отчетность о расходовании бюджета.</p> <p>КРИТИЧНО: Внедрить еженедельные бюджетные отчеты с детализацией по каждой кампании, площадке и формату. Предоставлять прогноз остатка бюджета на конец месяца.</p>
<p>ОТЧЕТНОСТЬ И ПРОЗРАЧНОСТЬ</p>	<p>Да</p>	<p>Ирина регулярно предоставляет отчеты о расходах и результатах, разбивая их по кампаниям и форматам.</p> <p>Добавить в отчеты рекомендации по оптимизации на следующий период.</p>

Примеры переписки с клиентом

Ирина 2025-10-07 15:10

"Саммари встречи от 07.10.2025: 1. Медиаплан на ноябрь согласован: бюджет 500к, фокус на ЖК 'Северный'. 2. До 14.10 готовим новые креативы (видео) для Reels. 3. Отчетность теперь по понедельникам до 12:00. Что нужно от СтройБалт: - Согласовать тексты постов до пятницы. - Предоставить фото новых планировок."
→ **Отличная фиксация договоренностей по медиапланированию.**

Дмитрий Смирнов 2025-11-05 10:04

"Проанализировал активность конкурентов. Вижу, что 'Самолет' активно зашел в Telegram Ads. Сделал прогноз для нас: при бюджете 100к сможем получать лиды по 1500р. Предлагаю протестировать в следующем месяце."
→ **Проактивное предложение нового канала трафика с прогнозом результатов.**

Анна 2025-09-23 10:58

"Вижу, что CPL по 'Студиям' вырос сегодня. Уже остановила дорогие объявления, перераспределила бюджет на 'Двушки', там заявки идут дешевле. Держу на контроле!"
→ **Демонстрация контроля над ситуацией и оперативного управления бюджетом.**

Анна 2025-09-02 10:02

"Привет)) Запустила крео, жду открута, что там как будет, маякну))"
→ **Использование сленга («крео», «открут») и фамильярности. Непрофессионально для отчета о запуске.**

Анна 2025-10-02 10:45

"У меня в кабинете все зелененькое, попробуй кэш почистить) Не знаю, почему у тебя не открывается"
→ **Перекладывание технической проблемы на клиента.**

Ирина 2025-10-14 09:30

"Доброе утро! Подготовила для вас еженедельный отчет: 📊 Основные показатели за 7-13 октября: - Бюджет израсходован: 125 000₽ из 130 000₽ - Получено лидов: 87 (план был 80) - CPL: 1 437₽ (в рамках целевого 1 500₽) 🔥 Лучшая кампания: 'Двушки с отделкой' — CPL 890₽ ⚠️ Требуется оптимизации: 'Студии' — CPL 2 100₽, рекомендую пересмотреть креативы 📅 План на следующую неделю: тестируем видео-формат для 'Трешек'"

→ Образцовая еженедельная отчетность: структурированная информация с выводами и планом действий.

Анна 2025-11-03 16:42

"Алексей, бюджет на сегодня потратился, завтра включу обратно"

→ Отсутствие проактивности: клиент узнает о расходе дневного бюджета постфактум, нет предупреждения о том, что лимит будет достигнут.

Дмитрий Смирнов 2025-11-20 11:15

"Смотрел статистику ваших конкурентов в соцсетях. 'ПромСтрой' очень активно использует UGC-контент (отзывы реальных покупателей). У них вовлеченность на 40% выше среднего по отрасли. Предлагаю собрать такой контент у ваших довольных клиентов и запустить серию постов + Stories. Могу подготовить сценарий для съемки. Бюджет на продакшн ~50к."

→ Стратегическая инициатива с анализом конкурентов и конкретным предложением, подкрепленным цифрами.

Анна 2025-09-15 14:20

"Не, ну модерация ВК сегодня прям жуть какая-то 😅 Уже третий раз отклоняют, хз что им не нравится"

→ Излишне эмоциональный и неформальный стиль, использование интернет-сленга («не», «хз»). Клиент ожидает профессионального объяснения причин отклонения.

План действий для руководителя

Критичные задачи (срочно)

- ⚡ **Ускорить согласование креативов:** Внедрить процесс предварительного отбора (шорт-лист из 3-5 вариантов вместо 10+) для сокращения времени простоя кампаний. *Отв.: Ирина*
- 📊 **Внедрить еженедельные дашборды:** Настроить автоматические отчеты с динамикой CPL/CPO в Google Data Studio для полной прозрачности бюджета. *Отв.: Ирина + Анна*
- 💬 **Стандартизировать коммуникацию:** Провести встречу с Анной по исключению сленга («крео», «открут») из переписки с клиентом. *Отв.: Вы*

Стратегические инициативы (2-4 недели)

- 🚀 **Протестировать Telegram Ads:** Выделить тестовый бюджет 100к и запустить пилот, как предложил Дмитрий. Оценить CPL через 2 недели. *Отв.: Дмитрий + Анна*
- 🎬 **Подготовить UGC-контент:** Собрать 5-7 видео-отзывов довольных клиентов СтройБалт для повышения конверсии. *Отв.: Дмитрий*
- ⌚ **Внедрить SLA по модерации:** Создать регламент с конкретными сроками ответа площадок (VK — 24ч, Telegram — 48ч), чтобы Анна не давала размытых сроков. *Отв.: Ирина*

Регулярные улучшения (постоянно)

- 📅 **Еженедельные синхронизации:** Каждый понедельник в 10:00 — статус-кол с командой для синхронизации по активным кампаниям и проблемам.
- 🎓 **Обучение команды:** Ежемесячный разбор лучших/худших кейсов коммуникации для повышения качества работы с клиентом.
- 🔔 **Проактивные алерты:** Настроить уведомления при росте CPL на 20%+ для оперативного реагирования до того, как клиент заметит.

Индивидуальные рекомендации менеджерам

Анна Иванова (Таргетолог)

- Исключить профессиональный сленг в переписке с клиентом
- Указывать конкретные даты вместо «скоро», «на этой неделе»
- Проактивно сообщать о росте CPL до того, как клиент спросит

Ирина Соколова (Account Manager)

- Контролировать своевременность отчетов (по понедельникам до 12:00)
- Следить за загрузкой дизайнеров для соблюдения дедлайнов
- Добавлять в отчеты рекомендации по оптимизации на следующий период

Дмитрий Смирнов (SMM Стратег)

- Упрощать маркетинговые термины при общении с клиентом
- Не допускать длительных пауз между стратегическими предложениями
- Подкреплять идеи конкретными цифрами и прогнозами