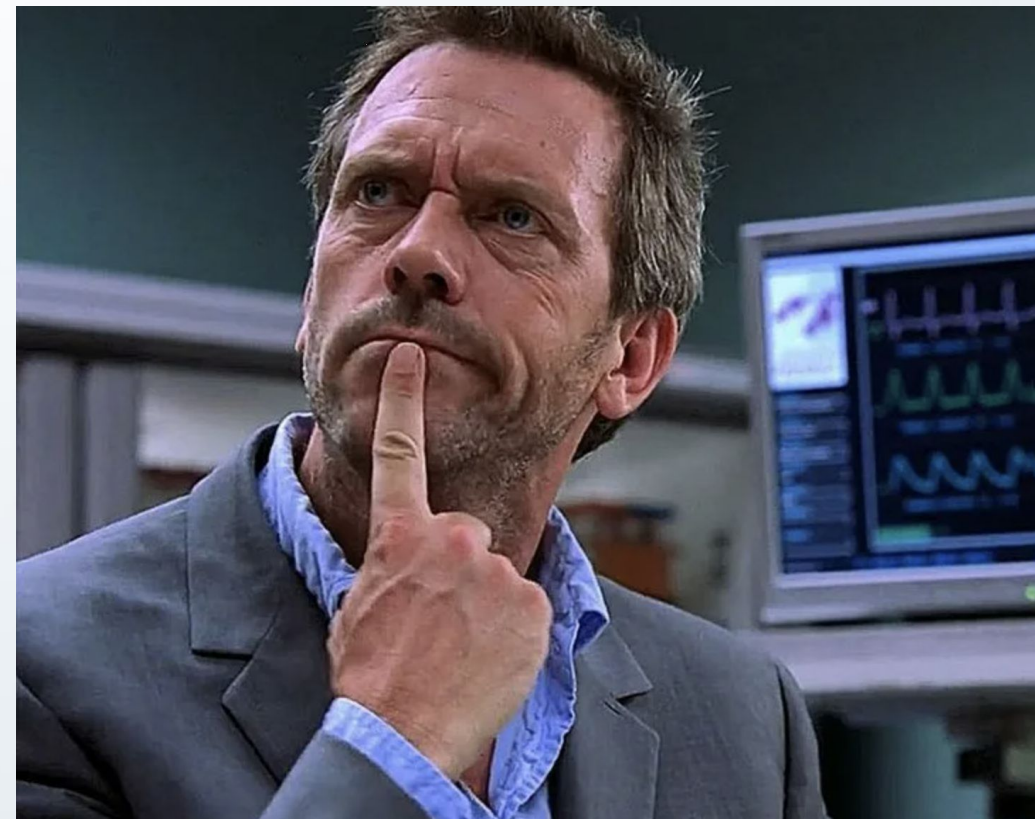


ВЕБИНАР ДЛЯ ДЕВЕЛОПЕРОВ

Где девелоперы теряют лиды: кейсы, автоматизация и ИИ в обработке заявки

Как выстроить путь от заявки до квалифицированного обращения,
исправить системные ошибки контакт-центра и повысить отдачу
от уже привлеченного трафика



Поставим диагноз: проблема сегодня — не только в цене лида.

Важно понять, что происходит с обращением после того, как маркетинг уже заплатил за него.

За время доклада покажем точки, где могут утекать уже оплаченные лиды.



Что вы получите сегодня.

Карта лечения

01

9 точек проверки воронки

Поймете, где находится утечка лидов и продаж

02

Маркетинг vs обработка

Научитесь различать - проблема в маркетинге, или в обработке трафика

03

Алгоритм действий с кейсами

Который можно применить сразу

Два взгляда на одну воронку



Алина Камалиева

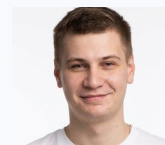
Голос маркетолога

Проблема

Почему маркетинг должен контролировать работу отдела продаж?

Опыт работы:

- 10+ лет в клиентском сервисе
- 7+ лет в маркетинге
- Построила более 200 стратегий для ЖК в РФ и зарубежом
- Управляла digital маркетингом на стороне девелопера
- Сама проходила путь внедрения контакт-центра и его аналитики с нуля у девелопера



Дмитрий Луганский

Голос решения

Решение

Давайте посмотрим, как решить эту задачу вместе

Опыт работы:

- 7+ лет в ИТ
- 5+ лет в недвижимости
- Внедрил 100+ сервисов девелоперам
- В команде продукта, который обрабатывает более 1,5 млн звонков девелоперов в год
- Видит обе стороны: сколько маркетинг платит за лид и что с ним делает КЦ и продажи



Почему мы создали Лайнер?

ПРЕДЫСТОРИЯ

01 В агентстве Southmedia мы сами генерировали лиды, дозванивались, квалифицировали и передавали девелоперам.

02 Готового инструмента под нужную настойчивость и контроль не нашли — **собрали свой собственный.**

03 Около двух лет Лайнер работал как внутренний продукт для нас и наших клиентов.

04 Лайнер вышел на рынок после того, как команда увидела заметный разрыв в конверсии и качества обработки у наших клиентов.

Лайнер повышает отдачу от уже полученного трафика

Не ещё один источник лидов, а управление тем, что происходит после заявки.

Одна система для очереди, звонков, сценариев, статусов и аналитики обработки.

AVA ■ **МАРМАКС**

Скорость

первый контакт

Касания

повторные попытки

Производительность

ресурс операторов

Аналитика

качество обработки

Симптом: реклама дорожает с каждым годом

Каждый потерянный лид становится больнее для девелопера

Факты рынка

+147%

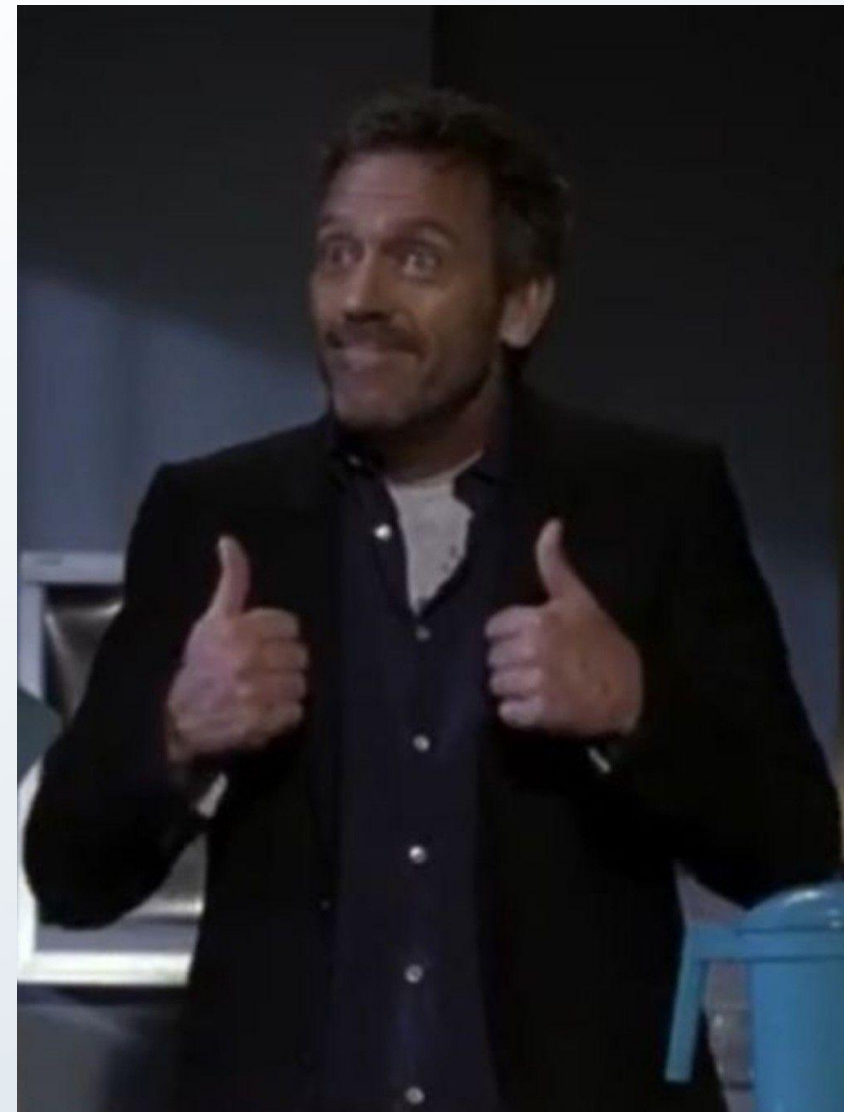
Рост стоимости привлечения клиента на ведущих классифайдах с 2023 года.
Стандартный рост затрат в год — 15–20%. (Sostav)

+29,4% CPA

Рост год к году в первичной недвижимости (Исследование Е-промо, 2 кв. 2026)

+16%

Медиаинфляция за 2025 год. (AdPass)



Когда увидел статистику CPL за 2026

Симптом: покупательский спрос падает

Компенсировать проблемы только ростом количества новых лидов становится всё сложнее.

Факты рынка

-9,1% год к году

Россия: Продажи новостроек упали в июле 2026 к 2025 и вернулись к уровню 2024 года (РБК Недвижимость)

-31% ДДУ, -24% в выручке

В Москве и МО год к году 2025/2026 (РБК Недвижимость)

-13,4% ДДУ

в городах миллионниках РФ 2025 к 2026 (РБК Недвижимость))

+10 городов с недостатком спроса во 2 кв.2026

это на 25,6% больше, чем в начале 2026 (РБК Недвижимость)

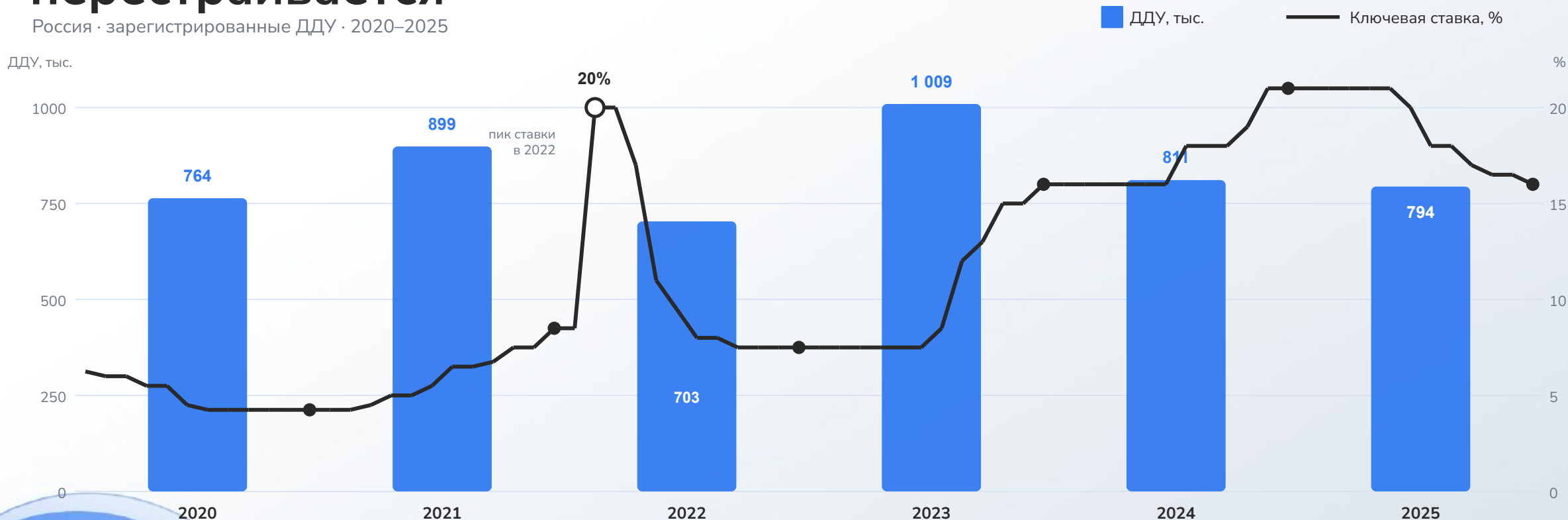


Это я счастливый
нажимаю на кнопку
бабло в Яндекс.Директ

Мой клиент:

Кардиограмма рынка: ставка меняется — спрос перестраивается

Россия · зарегистрированные ДДУ · 2020–2025

**2020**

Льготная ипотека 6,5%

2022

Шок ставки до 20%

2023

Пик ДДУ за 6 лет +
ажиотажный спрос

01.07.2024

Завершение массовой
льготной ипотеки

2025

Ставка 21 → 16% спрос
адаптируется

Изменения в семейной ипотеке: пациент хронически болен и теряет вес

ТАЙМЛАЙН. Данные: Россия, Домклик

**2025 - 86%
сделок**

Домклик: 86% выдачи ипотек - семейная ипотека

Январь 2026

56 000 выдач семейной ипотеки, 243,3 млрд

**Февраль
2026**

25 000 выдач семейной ипотеки, 105,5 млрд

**Август 2026 -
50% сделок**

30 000 выдач семейной ипотеки, 178 млрд

**-30%
выдач**

Прогноз на октябрь 2026 Дом.РФ

Если семейную ипотеку снова изменят
в октябре 2026

Пациент, который здоров: прямого спроса меньше — агентский канал набирает вес

ФАКТЫ РЫНКА

65% доля АН

за 2025

По РФ доля АН уже превышает 65% (Метриум)

**90% доля АН,
АК до 15%**

в проектах

Краснодарский край, девелопер Неометрия (Движение.РУ)

3,35 - 12%

АК в миллионниках

В городах-миллионниках РФ 2023 к 2026 (Деловой Петербург)

**70-80% доля
АН в бизнес и
премиум ЖК**

На 2 кв. 2026 года по городам миллионникам, МСК и СПб (Коммерсант)

40% →
66%

доля агентских продаж от 2022 к
2026 гг. (данные Финмаркет)

Зависимость от одного канала
продаж приводит к монополии и
снижению качества работы ОП

Симптом: бюджеты и ресурсы компаний сокращаются

ФАКТЫ РЫНКА

-12,5%

бюджета (год к году)

Расходы на рекламу девелоперов впервые сократились с 2023 года (Медиаскоп)

62,5%

девелоперов

Планируют сокращать ручной труд в ближайшие 2 года в интеллектуальных задачах (РБК Недвижимость)

-27%

вакансий

В маркетинге от 2025 к 2026, 23,5 резюме на одну вакансию (HH.ru статистика)

Крайняя конкуренция - 11 резюме/вакансия



ТРЕБУЕМЫЙ ТРЕНД

Как получить больше результата



УСЛОВИЕ ДАВЛЕНИЯ

при ограниченном ресурсе?

Симптом: боты и фрод перегружают обработку

Фрод съедает не только рекламный бюджет, но и ресурс контактного центра.

- Когда рекламная кампания ловит фрод, поток заявок может вырасти в 4 раза
- Растёт очередь лидов в КЦ, падает скорость первого контакта, качественные лиды ждут вместе с фродом
- Если лиды квалифицирует сам ОП, обработка может просто встать.



Нагрузка на обработку

Поток заявок резко возрастает при атаке ботов



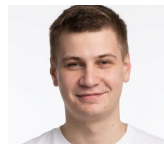
Пропускная способность КЦ падает в 1,5 раза

Операторы тратят ценное время на пустые звонки



Снаружи стало сложнее. Но часть лидов мы всё ещё теряем сами.

На экономику мы повлиять не можем. **На собственную воронку — можем.**



Как вы думаете: сколько минут в день оператор КЦ
был в звонках с клиентами?

Напишите вариант в чат:

A 67 минут

B 185 минут

C 367 минут

ВНУТРЕННИЕ УТЕЧКИ

Менеджеры обрабатывают лиды как в период растущего рынка

Наличие процесса ещё не означает, что лиды действительно обрабатываются.

- ✓ Лиды для обработки есть
- ✓ Инструментарий для работы есть
- ✓ Бюджеты для привлечения уже потрачены
- ⌚ Клиенты ждут
- ✗ **Оператора — нет**



из 8-часового рабочего дня

И это с наличием полного
инструментария для работы

Мы слишком рано признаём лид потерянным

Больше трёх раз не звоним — мы же не коллекторское агентство!”

- С каждым годом процент дозвона падает
- Законодательство усложняет процесс обзвона клиентов (маркировка компаний, блокировка операторов)
- Люди не берут трубки с незнакомых номеров, и все вокруг их пугают — вам звонят мошенники!
- 1–2 звонка человек не считает важными, на 9 — задумается, а вдруг я что-то забыл?
- При автозаполнении формы в соцсетях, человек не вводит номер вручную и часто забывает о том, что оставил заявку



9 попыток дозвона собирают 95% целевых лидов.
Три попытки — 68%.

≈ 27%

квалифицированных лидов теряются

Период данных: 01.08.2026 - 18.09.2026
5 застройщиков, 178 000 звонков, 1463 целевых
лида - попало в оценку.

«Мы бы звонили больше, но у нас нет времени»

ШАГ	БЫЛО	СТАЛО
Найти лид	20-30 сек	0 сек
Набрать номер	10 сек	0 сек
Фрод, автоответчик	10-30 сек / попытка	0 сек
Постобработка	60-70 сек	10-20 сек (ИИ резюме)
Повторная попытка	вручную, часто забывается	0 сек, 7-8 попыток
Пауза между звонками	15-45 сек	0 сек

100 → 300

попыток звонка в день у одного оператора

Сотрудники < Результат

Система забирает 75% пустого
времени на себя

Маркетолог видит лид — но часто не видит его обработку

Обычно видно

- Источник трафика
- Потраченный бюджет
- Количество лидов
- Стоимость лида, сделки

Часто не видно

- Скорость первого контакта
- Количество попыток
- Активность оператора
- Причину потери лида, сделки



**Проблему видим — но не знаем, как её
решить**

Кто уже пытался решить эту задачу разными
сервисами?

Проблему видим — но не знаем, как её решить

Следующий барьер — техническая сложность.

01

Много инструментов, готового решения нет

02

Не знаем, за что хвататься первым, технически сложно понять

03

Не знаем, что на рынке вообще есть решение под нашу проблему

30–40

виджетов и инструментов может быть у
девелопера

скорость

аналитика

скрипты

CRM

очередь

контроль

Что с этим делать?

Начните не с покупки ещё одного сервиса или рекламного канала.

Начните с диагностики симптомов вашей воронки, чтобы поставить верный диагноз.

9 ошибок

которые приводят к потере лидов и сделок



9 точек проверки

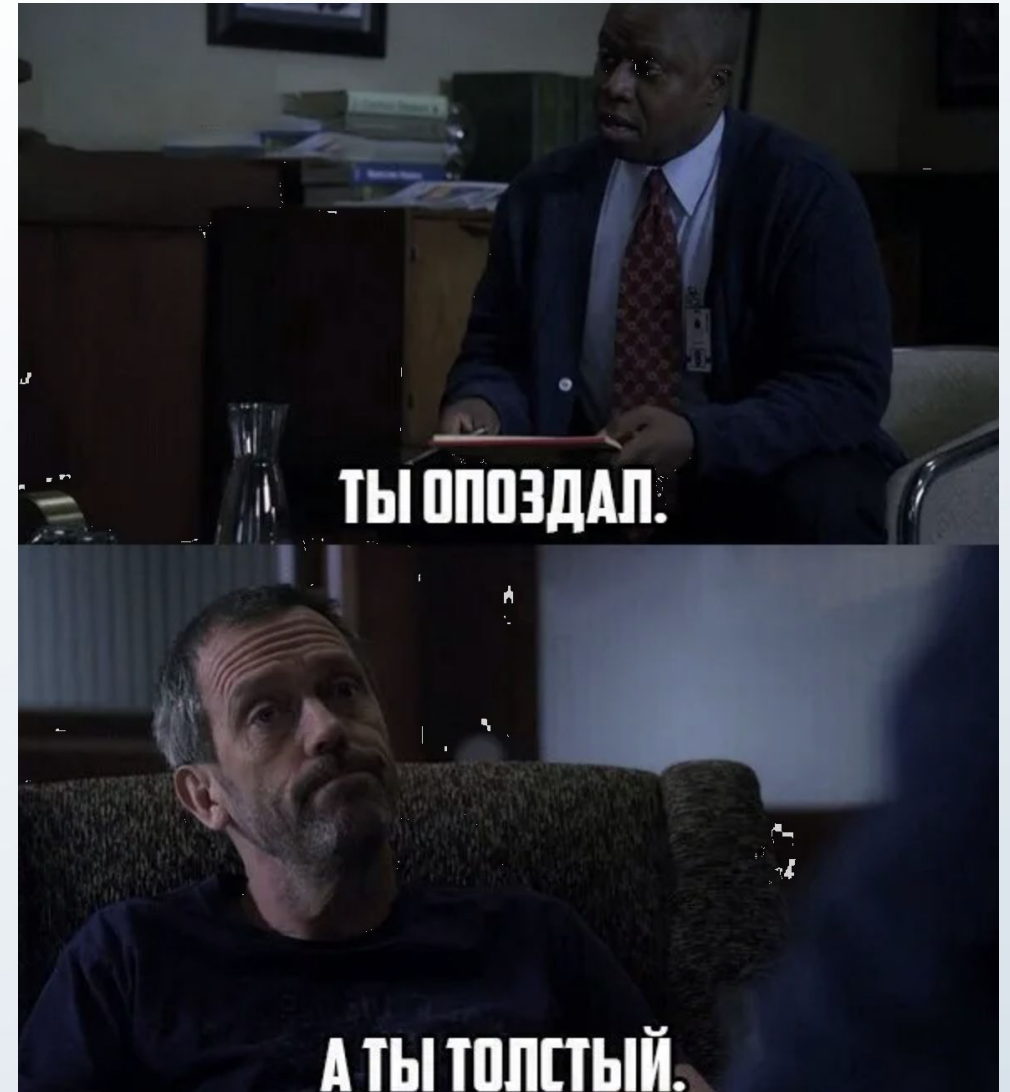
Сначала найдите утечку. Потом выбирайте технологию.

Медленная реакция на заявку

Лид поступает в CRM, но звонок совершается только после того, как сотрудник увидел уведомление, освободился или вручную сформировал очередь.

В результате:

Мы теряем лид слишком рано и сразу проигрываем сделку



ОШИБКА 1 / 9

Медленная реакция на заявку

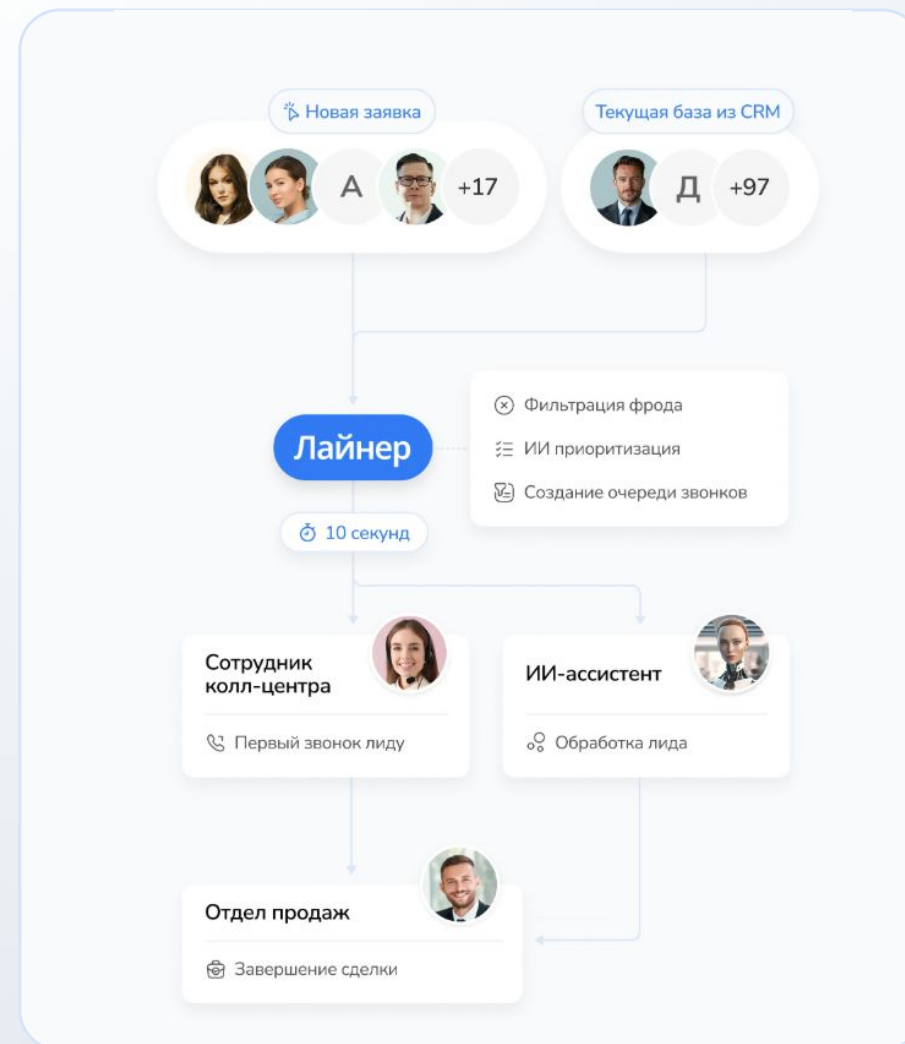
Решение:

Установить четкий регламент на время первого контакта

Запускать первый звонок без ручного действия

Контролировать медианное, а не только среднее время

В Лайнере первый контакт может запускаться автоматически, а новые заявки поступают в общую очередь обработки независимо от источника.



Не конспектируйте — заберите чек-лист с тестом и узнайте результаты проверки сразу

Сведите оценки в одну карту

Максимум — 18 баллов. Рабочая интерпретация помогает понять, с чего начинать.

- 01 Скорость реакции
- 02 Количество попыток
- 03 Приоритизация
- 04 Квалификация
- 05 Сценарий разговора
- 06 Статус постобработки
- 07 Контекст для продаж
- 08 Старая база
- 09 Сквозная аналитика

ИТОГО

0-6 Критические утечки

Сначала выстроить базовые правила и контроль.

7-12 Система частичная

Убрать ручные разрывы и закрепить единые стандарты.

13-16 Система стабильная

Усилить автоматизацию, аналитику и контроль качества.

17-18 Сильный процесс

Искать точечные улучшения и оптимизировать через данные.



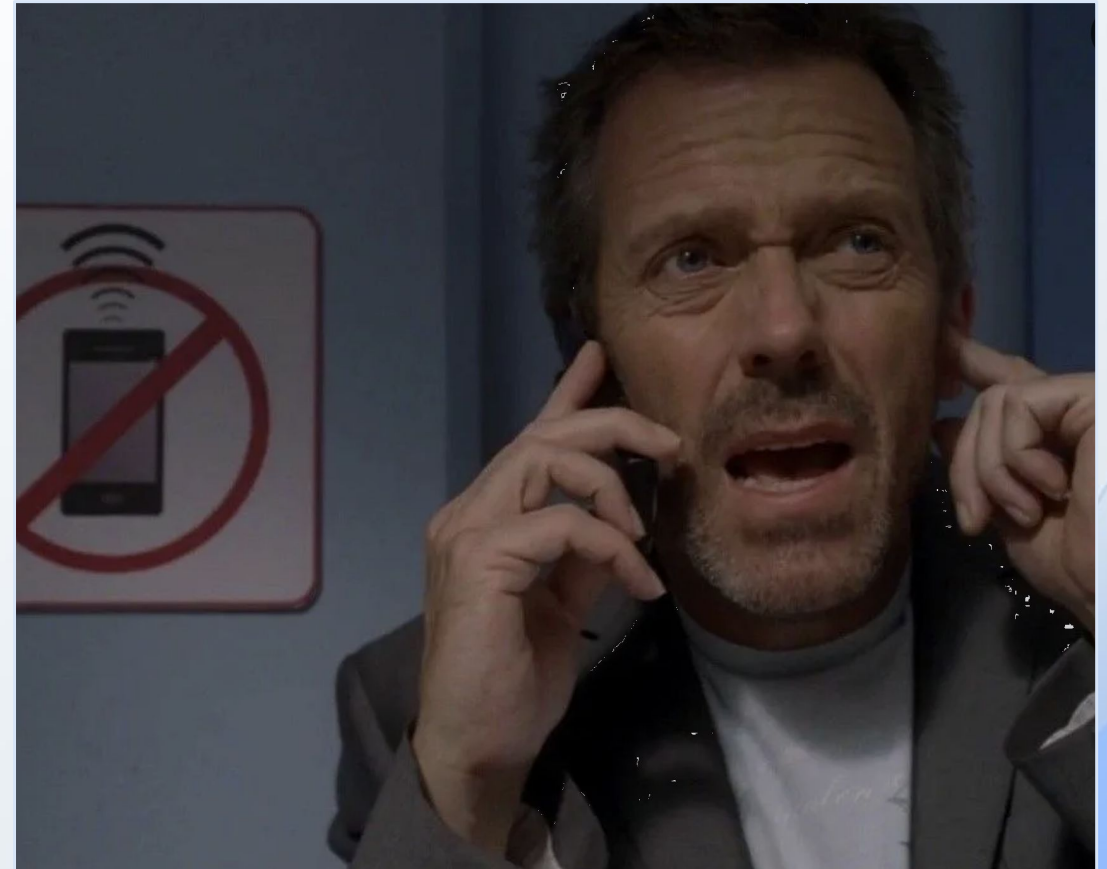
ОШИБКА 2 / 9

Недостаточное количество попыток дозвона

После двух-трех неудачных звонков лид получает статус **«не дозвонились»** и фактически исключается из активной работы.

В результате:

Мы теряем лид слишком рано и сразу проигрываем сделку



ОШИБКА 2 / 9

Недостаточное количество попыток дозвона

Решение проблемы:

- **Определить количество** и расписание повторных звонков
- **Менять время** контакта
- **Использовать** мессенджеры
- **Автоматически возвращать** недозвоны в очередь
- **Временная недоступность** — не значит отказ клиента

Кейс девелопера МАРМАКС:

Последовательная работа с недозвонами включала до девяти попыток контакта.

рост конверсии в квал на 20%

рост квалифицированных лидов за 2 недели

до 15 секунд

сократилось время первого контакта (с 1 часа)

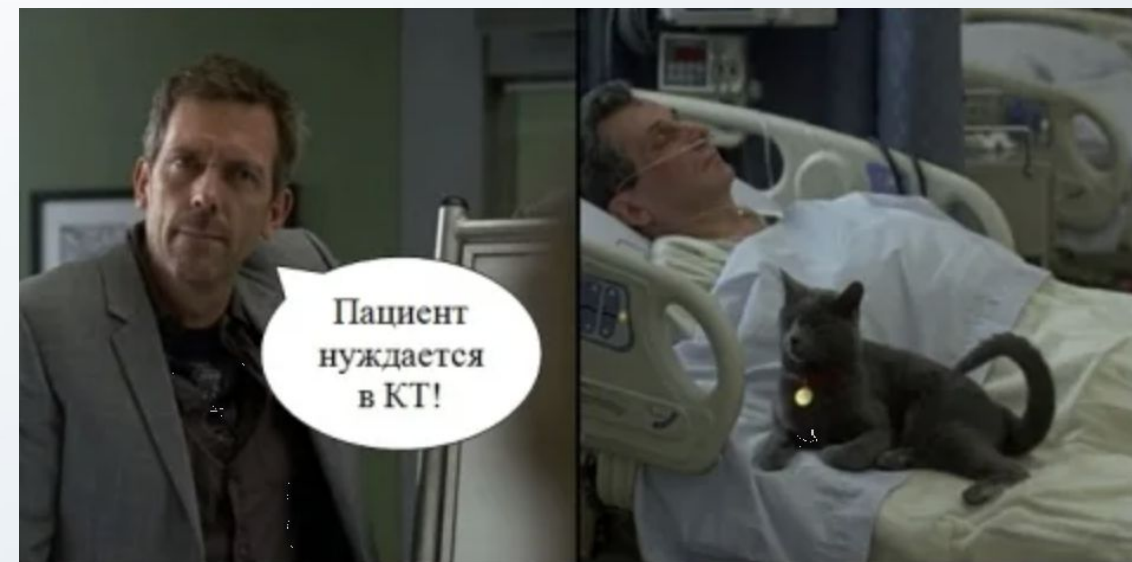
ОШИБКА 3 / 9

Все лиды обрабатываются одинаково

Горячая заявка может стоять в одной очереди с повторным обращением, фродом, старой базой или клиентом из другого часового пояса.

В результате:

мы тратим ресурс неправильно и теряем самые дорогие горячие лиды



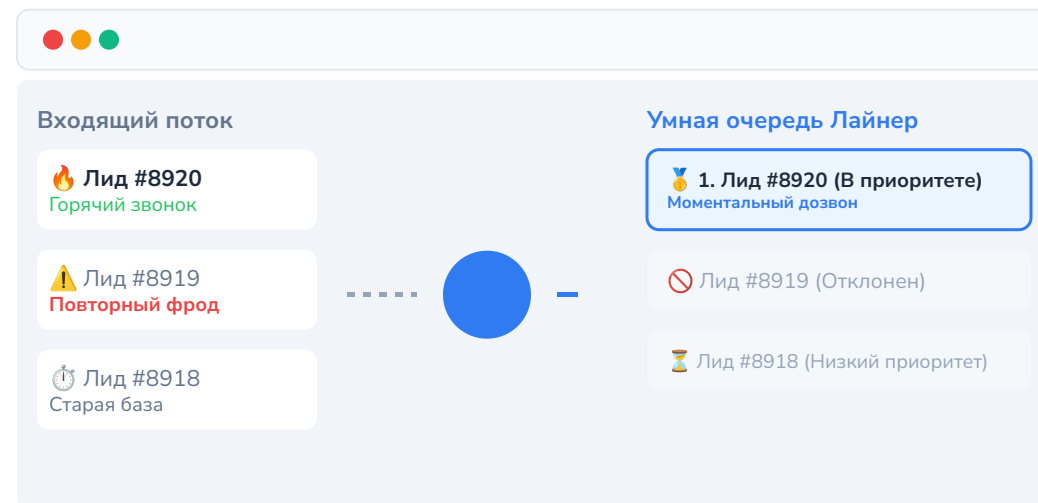
ОШИБКА 3 / 9

Все лиды обрабатываются одинаково

Решение:

- **Направлять горячие лиды** в начало очереди
- **Фильтровать фрод** и дубли
- **Учитывать источник**, давность и поведение лида
- **Разделять новые лиды** и обработку старой базы

Лайнер использует предварительный анализ заявок, проверку чёрных списков, часового пояса и ИИ-приоритизацию очереди



Интеллектуальная очередь Лайнера

Автоматический отсев нецелевых обращений и мгновенная отправка горячих лидов в работу

1

2

3

4

5

6

7

8

9

ОШИБКА 4 / 9

Нет единого критерия квалификации

Один оператор считает лид целевым, другой — нецелевым. В результате статусы зависят от субъективной оценки сотрудника, а маркетинг получает противоречивую обратную связь.

В результате:

мы получаем хаос, где аналитику и улучшения провести невозможно, а количество сделок и лидов нельзя прогнозировать



1

2

3

4

5

6

7

8

9

ОШИБКА 4 / 9

Нет единого критерия квалификации

Решение:

- **Зафиксировать обязательные вопросы**
- **Определить критерий** целевого лида
- **Разделить статусы:** «нецелевой», «отложенный спрос», «не готов сейчас» и «не удалось квалифицировать»
- **Использовать единые сценарии** для менеджеров
- **Регулярно** пересматривать критерии с маркетингом и продажами

Лайнер использует единый стандарт квалификации и его можно настраивать по ЖК (заказам)

Пользовательские поля:

Интерес к домам

Способ покупки

Комнат “от и до”

Цена “от и до”

Площадь м2 “от и до”

1

2

3

4

5

6

7

8

9

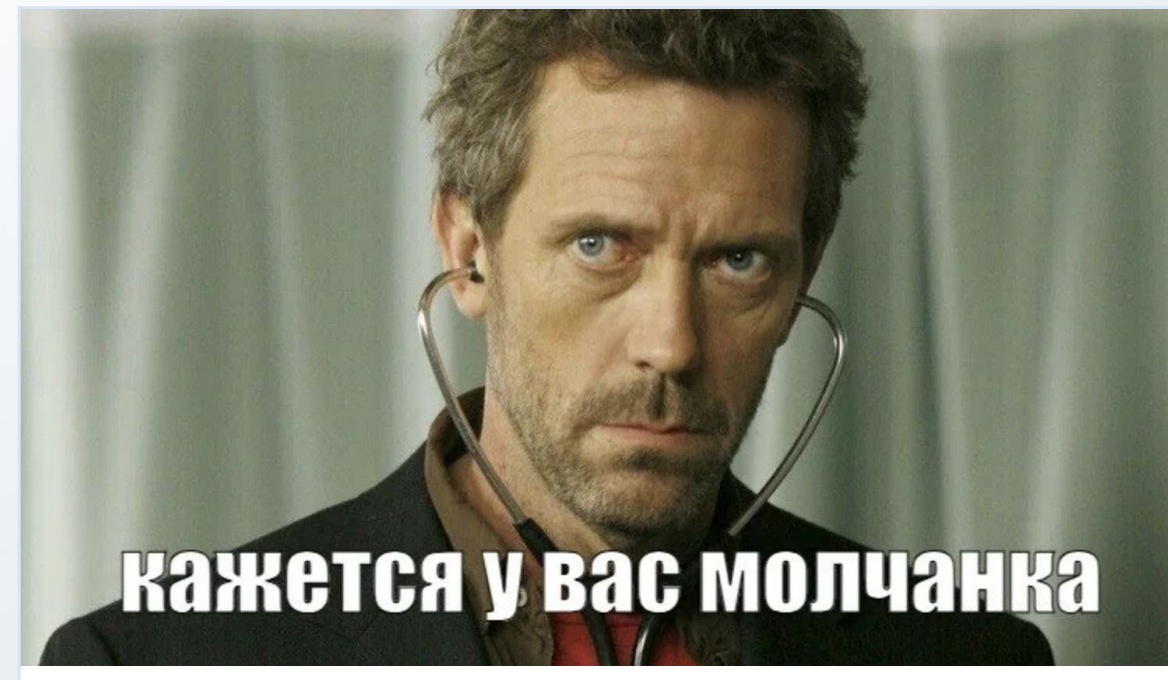
ОШИБКА 5 / 9

Разговор ведется без понятного сценария

Оператор может пропускать важные вопросы, рано переходить к презентации объекта, не выявлять мотивацию или неправильно работать с возражениями.

В результате:

мы получаем клиента, который не квалифицирован или в негативе от разговора и теряем его



ОШИБКА 5 / 9

Разговор ведется без понятного сценария

Решение:

- **Интерактивные сценарии** разговора
- **Адаптация сценария** под ответ клиента
- **Фиксация** обязательных точек квалификации
- **Анализ отклонений** от сценария
- **Обновлять сценарии** регулярно и на основе разговоров с клиентами

В Лайнере есть интерактивные скрипты — со сценарием, отработкой возражений и ответами в зависимости от того, что сказал клиент

Добрый день, по Вашему запросу на сайте был подобран ЖК "Светлая Долина" в Краснодаре.
Актуален вопрос для вас?

#приветствие

Неактуально

Отложил покупку

Жилой комплекс "Светлая Долина" расположен в Карасунском округе, в микрорайоне ХБК.

Стоимость квартир начинается от 5,5 млн (пяти миллионов пятисот тысяч) рублей. Срок сдачи - 4 кв. 2026 год.

У застройщика действуют скидки до 30 000 руб. за квадратный метр.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Хотите понять, где заболела ваша воронка продаж?

Разберём вашу воронку и найдем точки, которые стоит мешают вам в первую очередь.



Заявка на консультацию
по вашим бизнес процессам

ОШИБКА 6 / 9

Статус обработки не отражает реальность

После завершения звонка менеджер выбирает удобный/ближайший статус

«нецелевой» «нет бюджета»,
«неинтересно», «перезвонить», «не
дозвонились» - без подробностей и
ясности

В результате:

мы получаем искажение информации,
неправильно квалифицируем клиента и
скорее всего, теряем его



1

2

3

4

5

6

7

8

9

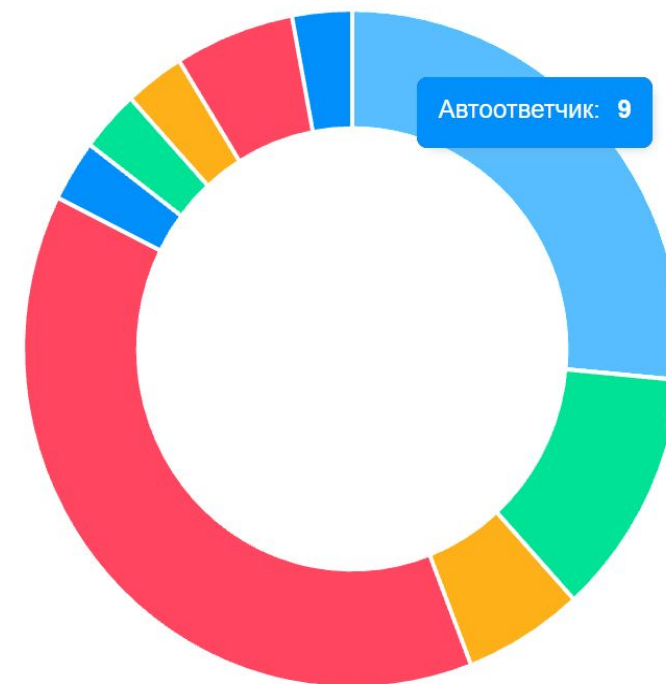
ОШИБКА 6 / 9

Статус постобработки не отражает реальность

Решение:

- Сделать единый стандарт статусов
- Каждый статус = четкие критерии статуса
- Контроль обязательности постобработки
- Сопоставлять статус и содержание разговора
- Использовать ИИ для первичной обработки расхождений

Статусы звонков
Звонки в разрезе статусов



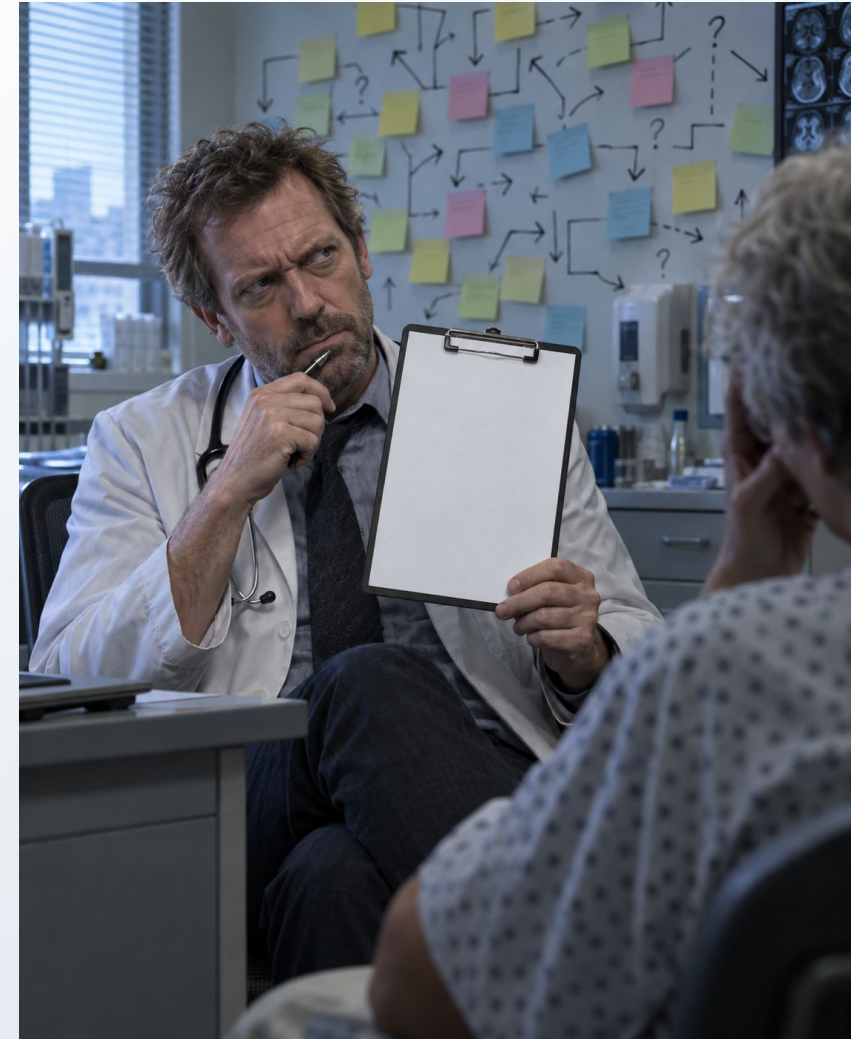
ОШИБКА 7 / 9

Контекст разговора не передается в отдел продаж

Менеджеру приходится повторно задавать клиенту те же вопросы. Клиент чувствует разрыв между подразделениями, а менеджер не понимает, почему лид был признан квалифицированным.

В результате:

мы получаем негатив клиента, разрыв процесса продажи и потерю денег



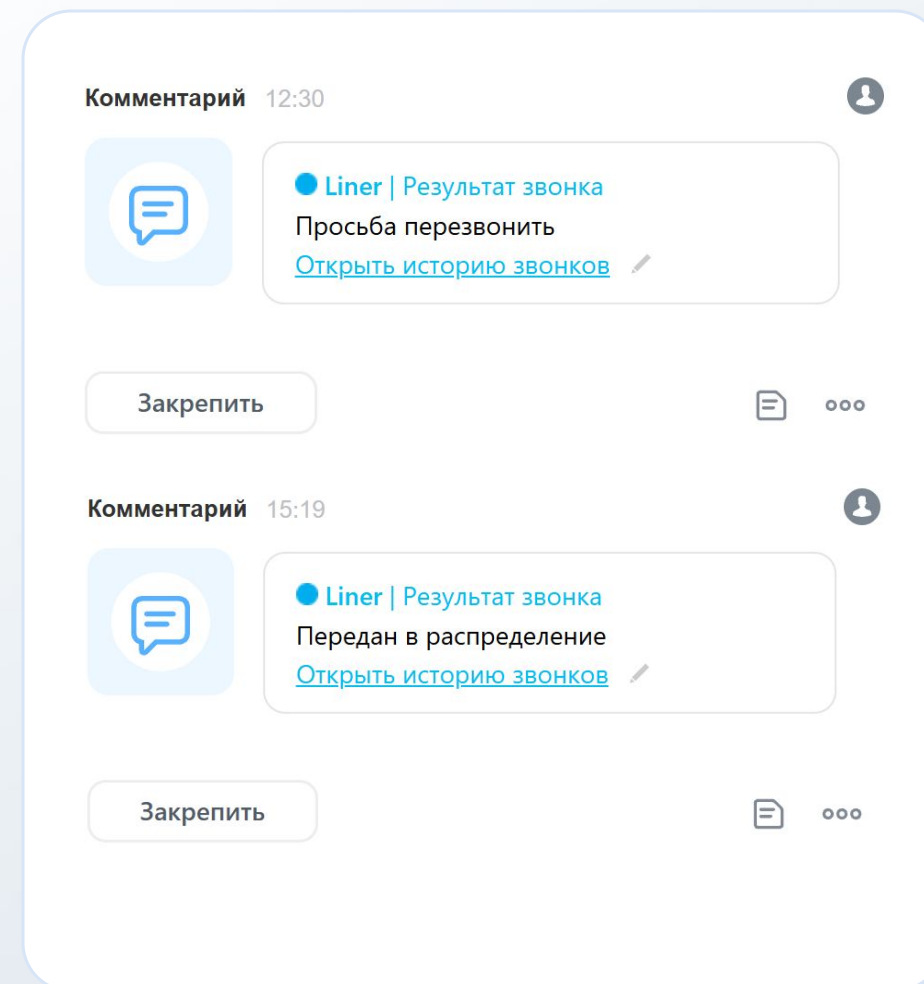
ОШИБКА 7 / 9

Контекст разговора не передается в отдел продаж

Решение:

- **Передавать ключевые ответы** клиента как стандарт
- **Сохранять историю** переписок и звонков
- **Фиксировать** потребность, бюджет, срок, след. шаг
- **Передавать запись и расшифровку** разговора
- **Если возможно: соединять клиента с менеджером** без повторного ожидания

Лайнер передаёт в CRM историю взаимодействий, включая звонки, переписки и ключевые ответы клиента; есть соединение с менеджером во время разговора.



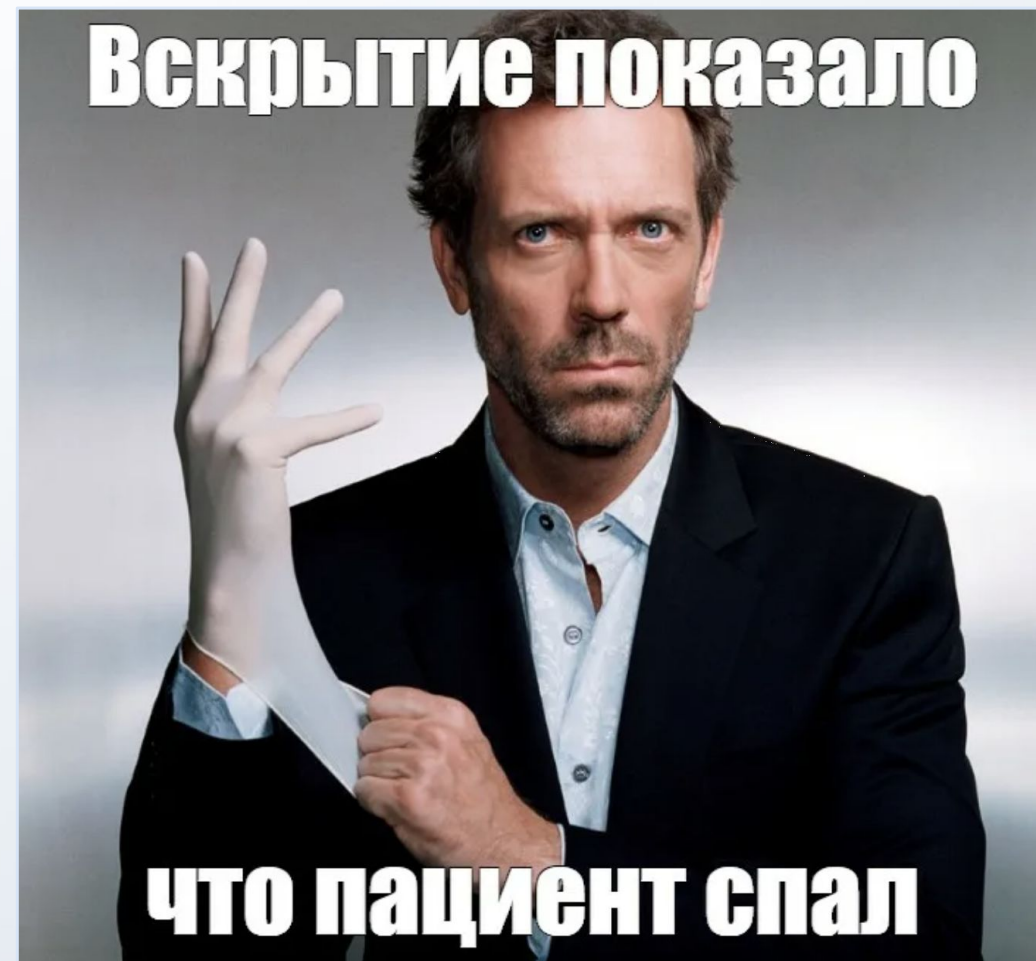
ОШИБКА 8 / 9

Старая база не работает на девелопера

Лиды с отложенным спросом, недозвоны и клиенты, которые не были готовы к покупке несколько месяцев назад, остаются в CRM без дальнейшей работы.

В результате:

мы не получаем лиды и сделки с тех, за кого уже заплатили



ОШИБКА 8 / 9

Старая база не работает на девелопера

Решение:

- **Сегментировать** старую базу
- **Запускать отдельные сценарии** реактивации
- **Не загружать основной контакт-центр** фоновыми задачами
- **Использовать звонки, смс, мессенджеры**
- **Измерять возвращенное:** квал лиды и сделки

Что может Лайнер

Кейс: Обработка отложенного спроса

Из **635 лидов** получено **30 заинтересованных** клиентов и **2 сделки** за месяц.

Кейс: ИИ-бот на недозвонах

Обработано **595 недозвонов**, вернули интерес **33 клиентов**, из которых **3 перешли к бронированию**.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

ОШИБКА 9 / 9

Нет сквозной аналитики обработки лидов

Мы видим общее количество звонков, но не можем увидеть детали:

- Сколько лидов получили своевременный контакт?
- Сколько попыток потребовалось?
- Почему обращения признали нецелевыми?
- Кто из операторов квалифицирует лучше?
- На каком этапе теряется максимальная доля лидов?

В результате:

мы не знаем, где утечка - в маркетинге, продажах или обработке и продолжаем терять деньги



1

2

3

4

5

6

7

8

9

ОШИБКА 9 / 9

Нет сквозной аналитики обработки лидов

Решение:

Построить единую воронку обработки лидов

Разделить метрики маркетинга, контакт-центра и продаж

Отслеживать показатели по источникам, проектам, операторам и сценариям

Возвращать результаты квалификации в маркетинговую аналитику

Лайнер передаёт в CRM историю взаимодействий, включая звонки, переписки и ответы; есть соединение с менеджером во время разговора.

Скрин продукта Лайнер

Здесь наглядно показана автоматическая отправка звонков и распределение поступающих лидов

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Это не 9 новых инструментов. Это 9 пунктов диагностики к воронке

01 Время реакции

02 Количество попыток

03 Приоритизация
лидов

04 Квалификация

05 Сценарий разговоров

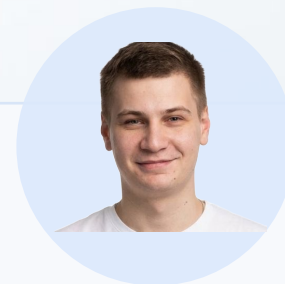
06 Корректность статуса
лида

07 Контекст лида в ОП

08 Работа со старой
базой

09 Аналитика обработки

QR код



А что происходит, когда диагноз поставлен верно?

Кейс девелопера MAPMAKS

Исходная задача. Находим причину, а не СИМПТОМ

01

Девелопер МАРМАКС пришёл в агентство Southmedia за трафиком.

Нужен был качественный подрядчик — изначально проблема была в трафике.

02

Трафик настроили, лиды пошли

03

Объем был достаточно большим, и КЦ застройщика пока не мог быстро и качественно обрабатывать лиды

04

Маркетолог увидел проблему, но пока не понимал как ее решить

05

Команда проекта Southmedia увидела четкие поинты, что конкретно мешает обработке и получению бизнес результата

Исходная задача. Находим причину, а не симптом

Три самые важные зоны, которые влияли на доведение лида до квалификации.

01

Низкая скорость
реакции КЦ

02

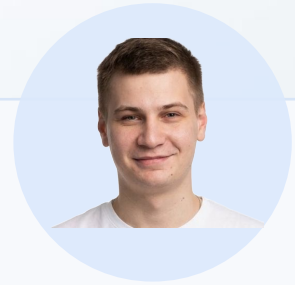
Недозвоны
обрабатывались
медленно

03

Повторные дозвонки:
3 попытки, а не 9

Но бюджета на дополнительные сервисы и сотрудников нет...

ЧТО ДЕЛАТЬ?



Выйти на спор! Пан или пропал?

У маркетолога не было согласованного бюджета на ещё один сервис.

Мы предложили пари: если за 2 недели пилота Лайнер не увеличит конверсию из вала в квал, мы подарим бутылку дорогого алкоголя

Пари в стиле Лайнер. 14 дней теста.

01

Быстрый старт без бюджета

Маркетолог Егор МАРМАКС ничего не терял — бюджета не требовалось, а решать проблему нужно было быстро.

02

Быстрое устранение ключевых утечек

Начали внедрение Лайнер, четко зная задачи: ускорить реакцию на лид, снизить недозвоны и увеличить повторные попытки.

03

Командное взаимодействие - сила

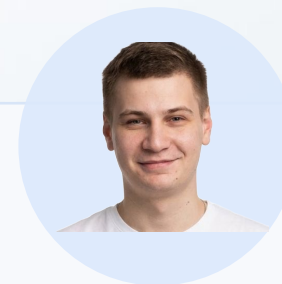
Команда МАРМАКС и команда Лайнер оперативно решали все вопросы. Быстрая коммуникация стала ключевым фактором успеха.

04

Создание интеграции с CRM с нуля

Не все было гладко:

Готовой интеграции с CRM MACRO еще не было. Пришлось быстро создать ее с нуля и не тормозить процесс.



**Бутылку мы не отправили.
Пари выиграли обе компании.**

Мы любим такие пари, когда проигравших нет.

Результат пари для МАРМАКС за 14 дней

СТОИМОСТЬ ЛИДА

-16,7%

стоимость квалифицированного лида

КОНВЕРСИЯ

+20%

рост конверсии вал → квал

данные кейса МАРМАКС



Результат пари для МАРМАКС за 14 дней

БЫЛО

1 час

время ожидания звонка



РЕЗУЛЬТАТ

15 секунд

скорость обратного звонка

данные кейса МАРМАКС

Результат пари для МАРМАКС за 14 дней

БЫЛО

3 попытки

с чего начинали



РЕЗУЛЬТАТ

9 попыток

повторные контакты стали системным процессом

данные кейса МАРМАКС



Результат для Лайнер

+1

счастливый клиент

+100 к счастью Димы
Луганского



**И продленная лицензия
за бизнес результат**



данные кейса МАРМАКС

Отзыв девелопера МАРМАКС



Отзыв от девелопера "МАРМАКС"

За две недели работы с Лайнер доля квалифицированных лидов у нас выросла с 20% до 24%. Особенно заметный эффект мы увидели в работе с недозвонами: команда выстроила более последовательный процесс повторных контактов и теперь делает до 9 попыток дозвона. Это позволило получать квалифицированные лиды даже по тем обращениям, которые требуют более длительной отработки. Также серьёзно сократилось время первого контакта: если раньше обратный звонок мог занимать до часа, то теперь мы связываемся с клиентом примерно за 15 секунд. В целом Лайнер помог нам повысить скорость обработки входящих обращений, улучшить работу с повторными касаниями и сделать процесс более прозрачным.

+ 20% **15 секунд**

конверсии

от заявки до звонка

Рост результата не всегда начинается с покупки дополнительного трафика

Иногда сначала достаточно перестать терять уже существующий.

Новый трафик

≠

единственный
источник роста

Проверьте лечение на своих процессах

Бесплатный тест Лайнера с сопровождением команды.



- Поможем настроить
- Разберём ваши бизнес процессы
- Покажем, на что смотреть
- Не оставим один на один с тестом

Только 5 проектов

Количество ограничено, потому что тест проходит с личным сопровождением вашего персонального доктора - Дмитрия Луганского.

Заявки на бесплатный тест принимаем до 30.09.2026.

5

мест

на бесплатный тест
продукта



**Прежде чем спросить:
«Где взять ещё лидов?»**

**Спросите:
«Что происходит с теми,
за кого мы уже заплатили?»**

Забрать чек-лист

Записаться на
консультацию

Подать заявку на
бесплатный тест

