



● КЕЙС ЗАСТРОЙЩИКА

Как AI-обзвон входящих заявок может дать **2,25 млн ₽** дополнительной прибыли в месяц на тех же **1 000** лидах

Факт кейса: +450 квалифицированных лидов на тех же 1 000 оплаченных заявок. Расчётный пример: при 5% конверсии в сделку и 100 000 ₽ прибыли с продажи это 2,25 млн ₽ дополнительной прибыли.



ДЕНЬГИ УЖЕ
ВЛОЖЕНЫ В ЛИД

Задача AI
— быстро
обработать
заявку и
передать
менеджеру
ГОТОВЫЙ
контекст.

+450

квалифицированных
лидов на 1 000
заявок

40% → 70%

дозвон до клиента

×2

доходимость до
целевого этапа

01 / БАЗА И ЭКОНОМИКА

Откуда взялась база и сколько денег уже было вложено

AI работает с собственной входящей базой из платного трафика на квиз/сайт. Каждый контакт уже оставил заявку и попал в CRM компании.

Реклама / сайт



Квиз



CRM



AI-звонок



Менеджер

Текущий ориентир рынка

Сегодня входящий лид застройщика стоит от 7 000 ₽.
1 000 входящих заявок = от 7 млн ₽ маркетингового бюджета.

Цена потери

При цене от 7 000 ₽ каждая потерянная заявка - уже оплаченный маркетинговый актив.
Поэтому критичны скорость обработки и повторные касания.

Важно: 7 000 ₽ - текущий ориентир стоимости входящего лида. Фактическая цена зависит от проекта, региона и канала. AI решает задачу обработки уже полученного потока.



02 / ПРОБЛЕМА

Трафик вырос. Узким местом стала обработка

Менеджеры не всегда успевали одинаково быстро брать каждую заявку в работу. Часть уже оплаченного спроса терялась после попадания в CRM.

До автоматизации

Повторный звонок зависел от менеджера. Заявка могла остаться без следующего шага. Поля квалификации заполнялись неравномерно.

Что требовалось

Быстрый первый контакт, повторные попытки по регламенту и единые поля квалификации в CRM.

ЗАДАЧА

Гарантировать обязательные касания, а не пытаться «заменить продавца».

AI закрывает скорость, повторяемость и фиксацию данных. Менеджер подключается к уже понятной ситуации.



Что именно внедрили

01

Срабатывает после заявки

Контакт не ждёт, пока менеджер освободится.

02

Задаёт вопросы по одному

Цель, бюджет, продукт, способ оплаты и другие поля под конкретную нишу.

03

Фиксирует ответы в CRM

Менеджер видит потребность и ключевые параметры сделки.

04

Передаёт живого клиента

Продавец продолжает разговор с собранным контекстом.

05

Запускает повторное касание

Заявка не исчезает после первой неудачной попытки.



04 / РАБОЧИЙ СКРИПТ

Недвижимость: квалификация входящей заявки

AI идёт последовательно: один вопрос — одна реплика. В этом сценарии нужны цель покупки, комнатность, бюджет и способ оплаты.

Пример диалога — часть 1

входящий лид

МАРИНА / AI

Здравствуйте. Отдел продаж ЖК «Северный парк». Вы оставляли заявку на квартиру — верно?

КЛИЕНТ

Да, оставлял минут десять назад.

МАРИНА / AI

Смотрите квартиру для себя или как вложение?

КЛИЕНТ

Для себя, планируем переезд.

МАРИНА / AI

Сколько комнат рассматриваете?

КЛИЕНТ

Двухкомнатную, можно евро.



04 / ПЕРЕДАЧА

Менеджер получает контекст, а не пустую заявку

Пример диалога — часть 2

ПЕРЕДАЧА МЕНЕДЖЕРУ

МАРИНА / AI

На какой бюджет ориентируетесь?

КЛИЕНТ

Примерно до 15 миллионов.

МАРИНА / AI

Покупка в ипотеку или своими средствами?

КЛИЕНТ

Ипотека, хотим по семейной программе.

МАРИНА / AI

Поняла: двухкомнатная, до 15 млн ₽, семейная ипотека, для проживания.
Соединяю с менеджером.

ДМИТРИЙ / МЕНЕДЖЕР

Здравствуйте! Вижу вашу заявку: двухкомнатная до 15 миллионов, семейная ипотека. Верно?

Результат сценария: менеджер не тратит первые минуты на повторный сбор уже известных данных.



05 / ДРУГОЙ РЫНОК

Автодилер: меняются поля, а не логика

Для автомобильной воронки AI уточняет четыре параметра: новый/с пробегом, бюджет, кредит и трейд-ин. После этого передает клиента менеджеру.

Новый / с пробегом

Бюджет

Кредит / свои

Трейд-ин

AI

Автомобиль рассматриваете новый или с пробегом?

КЛИЕНТ

Скорее новый, но можно и свежий с пробегом.

AI

На какой бюджет ориентируетесь?

КЛИЕНТ

Три–три с половиной миллиона.

AI

Свой автомобиль планируете сдавать по трейд-ин?

КЛИЕНТ

Да, есть седан 2019 года.

Принцип: сценарий проектируется под поля, которые реально влияют на конкретную сделку.

06 / РЕАКТИВАЦИЯ

Реанимация CRM: проверить, актуален ли уже оплаченный лид

Здесь нужен короткий сценарий: актуальность + следующий шаг. Это способ вернуть в работу контакты, за которые компания уже заплатила раньше.

AI

Иван, здравствуйте. Вы смотрели у нас квартиры две недели назад — вопрос с покупкой ещё актуален?

ИВАН

Да, актуален, но я пока думаю.

AI

По вашему бюджету добавились два корпуса с готовностью в этом году. Отправить планировки в мессенджер или удобнее, чтобы менеджер набрал?

ИВАН

Давайте в мессенджер.

ДЕНЕЖНЫЙ СМЫСЛ

Сначала вернуть в работу старую CRM, потом докупать новый трафик.

Как посчитать прибыль от AI-обзвона

700

состоявшихся
разговоров при
модели 70%
дозвона

10 150 ₽

$700 \times 14,50 \text{ ₽}$ — AI-
часть состоявшихся
разговоров

от 7 млн ₽

стоимость 1 000 входящих
лидов при текущем
ориентире от 7 000 ₽

ФОРМУЛА

**Доп. прибыль = дополнительные
квалифицированные лиды × конверсия в продажу
× прибыль с одной продажи.**

Пример: $450 \text{ дополнительных квалифицированных лидов} \times 5\% \text{ в сделку} \times 100\,000 \text{ ₽}$ прибыли с продажи = 2,25 млн ₽ дополнительной прибыли. Подставьте свою конверсию и прибыль с одной сделки.



08 / ОТДЕЛЬНЫЙ КЕЙС

Отдельный комплексный кейс: от 3–5 млн ₽ до 130 млн ₽ в месяц

Это другой проект. Результат получен комплексной работой: маркетинг, ресурсная база команды, новые продукты, трафик и автоматизация продаж.

СТАРТ

3–5 млн ₽

выручка в месяц

ОПТИМИЗАЦИЯ

7 млн ₽

после улучшения текущих каналов

НОВЫЕ КАНАЛЫ

+3 млн ₽

дополнительный рост

НЕСКОЛЬКО ЦИКЛОВ

130 млн ₽

выручка в месяц после масштабирования

По нашим данным: в этом комплексном проекте итоговая чистая прибыль достигала 1 млрд ₽ в год. Эту цифру нельзя приписывать одному AI-инструменту.



Где эта механика применима

Застройщики

Свежие заявки, квалификация, недозвон, повторный контакт, старая CRM-база.

Медицина

Запись, подтверждение визита, пропущенные обращения, повторные касания.

Авто

Подбор, бюджет, кредит, трейдин, тест-драйв, возврат некупивших лидов.

B2B / производство / опт

Своя CRM-база, квалификация потребности, follow-up по крупным сделкам.

Главный критерий: есть повторяемый сценарий, измеримая потеря и понятный следующий шаг.



4 вопроса перед запуском AI-обзвона

- ✓ Откуда приходит база и сколько уже стоит один контакт?
- ✓ На каком этапе заявки чаще всего теряются?
- ✓ Какие вопросы действительно определяют качество лида?
- ✓ Какое действие после разговора связано с деньгами: встреча, запись, показ или сделка?

Автоматизировать стоит то место воронки, где потерю можно посчитать в рублях.

СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ

Посчитать деньги от AI-обзвона под вашу воронку

Разберите базу, стоимость лида, текущий дозвон, конверсию в продажу и прибыль с одной сделки. На выходе будет понятно, где AI может дать измеримый эффект.



Записаться на диагностику в Мелион

Разберём входящую базу, дозвон и конверсию по вашей воронке.

[ЗАПИСАТЬСЯ НА ДИАГНОСТИКУ](#)

Мелион: CRM, AI-агенты и автоматизации продаж. Фокус - управляемая воронка и влияние на деньги от первого контакта до сделки.