

ЦА CRM Воронка.про

Календарь бронирования и “шахматка” — высокоинтернетный запрос для сфер с записью (салоны, аренда, сервис, медицина, обучение). Здесь ценность понимается мгновенно: “чтобы не было накладок” и “видеть загрузку по людям/филиалам”.

Инвентаризация в смартфоне + склад/остатки — понятный запрос для бизнеса, где есть товар/расходники/комплекты. Обещание простое: меньше потерь, быстрее пересчёт, яснее закупки (здесь важно в описании показать “как выглядит процесс”, но заголовок уже цепляет).

Интеграция с Avito и телефонией — это “боль коммуникаций”: не терять обращения, поднимать карточку, видеть историю. Сценарий особенно цепляет тех, у кого много входящих и нужен контроль дисциплины. (Ваша специфика “пропущенный звонок”, “поднятие карточки клиента”, “смены на одном номере” — это как раз формат “функция-крючок”.)

Касса/счета/предоплаты/ДДС “по сменам” — сильный управленческий сценарий. Человек часто приходит с проблемой “деньги есть/денег нет, не понимаю где”, и CRM тут продаётся как контроль финансового контура. Идея “границы смены, а не полночь” — хороший дифференциатор для услуг с посменной работой (салоны, аренда, бары/кафе, сервисные точки).

Права доступа + роли + филиалы — это боль роста. Когда появляется несколько сотрудников или несколько точек, внезапно нужны разграничения (кто видит оплаты, кто видит клиентов, кто может делать возвраты).

Автоматизация касаний (плановые коммуникации, автозадачи на день рождения, подсветка “есть ли плановая коммуникация”) — это продаётся как “CRM следит за дисциплиной продаж”. Vtiger-школа CRM в целом считает управление пайплайном и коммуникациями одной из core-возможностей.

Кластеры функций Воронка и упаковка “свойство-выгода”

Чтобы технические функции (“вебхуки”, “видимость стадий”, “профили доступа”) продавались на Avito, полезно упаковывать их по схеме **FAB (Feature → Advantage → Benefit)**: сначала конкретное свойство, затем практическое преимущество, затем выгода

для владельца/руководителя/админа. Эта методика как раз используется для объяснения сложных/технических продуктов простыми словами.

Ниже — готовые “упаковки” (в терминах ваших функций), которые можно переносить в заголовок и первые 2–3 строки описания:

Календарь бронирования (“шахматка”). Свойство: несколько видов календаря и статусы брони. Преимущество: наглядность загрузки и статусов. Выгода: меньше накладок, больше выручки на том же потоке.

Инвентаризация в смартфоне. Свойство: пересчёт/списание на месте. Преимущество: не нужно “потом заносить в Excel”. Выгода: меньше недостатков и списаний “в туман”.

Телефония: карточка при звонке + пропущенный. Свойство: автоподнятие клиента и заметный “пропущенный”. Преимущество: менеджер сразу понимает контекст. Выгода: меньше потерянных лидов, выше конверсия входящих.

Интеграции (Avito/VK/Email/мессенджеры). Свойство: каналы коммуникаций в CRM. Преимущество: история общения привязана к клиенту. Выгода: контроль качества, быстрее ответы, меньше хаоса.

Платежи и ДДС “по сменам”. Свойство: финансовые отчёты с логикой смены. Преимущество: цифры “бьются” с реальной работой точки. Выгода: проще управлять кассой, премиями и планом.

Роли/филиалы/права. Свойство: разный доступ и разные меню по ролям. Преимущество: сотрудник видит только своё. Выгода: меньше ошибок и утечек, проще масштабирование.

Вебхуки/автоматизации. Свойство: события → действия (в т.ч. вебхуки/воркфлоу). Преимущество: меньше ручных операций. Выгода: дешевле обработка, быстрее реакции на лид. (YetiForce-наследие автоматизаций/интеграций подтверждается наличием workflow/webhook-сущностей в документации и кодовой базе.)

Список заголовков до 50 символов для Avito

Ниже — варианты заголовков (каждый ≤ 50 символов). Они специально сделаны в “поисковом” стиле: ключ → конкретика → выгода (без эмодзи и без “воды”). Ограничение 50 символов для заголовка на Avito учитывалось при формулировках.

Брони, запись, календарь Календарь бронирования в CRM (шахматка)
CRM: запись клиентов без накладок
Онлайн-запись и предоплата в одной CRM

Вся запись по филиалам в одном календаре
Цветные категории брони: видно сразу
Статусы брони: бронь/предоплата/проведено
Праздники в календаре: планируйте загрузку
Напоминания по броням: меньше неявок

Сделки и воронки Канбан-воронка продаж в CRM

Разные воронки под услуги и филиалы
Автоперенос сделки по стадиям воронки
План звонков по сделкам: не забудете
Подсветка: есть ли плановая коммуникация
Повторные касания: CRM напомнит вовремя
Автозадача на ДР клиента: поздравить

Интеграции и коммуникации Интеграция Авито с CRM: обращения в учете

CRM + ВКонтакте: переписка и клиенты
CRM + Email: письма в карточке клиента
Wazzup в CRM: сообщения без рутины
Venuoo в CRM: заявки без потерь

Телефония Телефония в CRM: звонок открывает карточку

Запись разговоров и прослушивание в CRM
Мигалка пропущенного: не потерять звонок
Смены на одном номере: кто возьмет звонок
Несколько телефоний на одного сотрудника
Проброс звонка знакомому менеджеру
Поднятие карточки клиента при звонке

Платежи, касса, финконтур Касса и счета в CRM: деньги по полочкам

Предоплаты и возвраты: учет в CRM
Платежи по услугам: контроль оплат
Права доступа к кассе: безопасно по ролям
Акт сверки в карточке клиента
Аналитика платежей: день и месяц
ДДС по дням и сменам, а не по полуночи
Выручка по дням и месяцам в CRM
Детализация продаж для премий сотрудников
3 способа оплаты в одной продаже

Склад и товары Учет склада в CRM: остатки и история

Инвентаризация в смартфоне: склад на месте
Любое число складов: контроль остатков
Поступление/списание/перемещение товара
Склад списания товара по продаже (авто)
Собираемые товары и складские: в одной CRM
Прайсы: опт/розница/праздничные цены

Выбор цены по прайсу прямо в продаже
Калькуляция товара и скидки в продаже
Бонусы и скидки: правила и ручной режим

Договоры и документы Реестр договоров: нумерация без хаоса
Договор из шаблона в CRM: без ручной рутинны
Распознавание паспорта и СНИЛС в CRM

Филиалы, роли, безопасность CRM для сети: роли, филиалы, доступы
Разные меню и списки по ролям сотрудников
Переключение роли по филиалу: удобно
Профиль доступа к записям: кто что видит
Логирование входов: контроль безопасности
Вход по паролю + аудит входов в CRM

Проекты, поддержка, база знаний Проекты + Гант: контроль сроков в CRM
Задачи, встречи, напоминания в одном окне
База знаний и FAQ внутри CRM
Тикеты поддержки: не терять обращения
Внутренний чат в CRM для команды
Сообщения в клиенте и сделке: весь контекст

Поиск и email-продуктивность Глобальный поиск по CRM: клиент за секунды
Фильтры в каждом модуле: быстрее работать
История просмотра: вернуться к клиенту
Найти клиента по email-отправителю в CRM
Email в CRM: автологин без пароля сотрудникам
Шаблоны писем в CRM: быстрее отвечать
Почта из разных ящиков в одной CRM

Маркетинг Списки рассылки и обзвона в CRM
Маркетинг-кампании и холодная база в CRM

Рекомендации по размещению и A/B тестам без дублей

Риск при стратегии “рекламирую каждую функцию отдельным объявлением” на Avito — превращение ленты в серию похожих карточек. Avito исторически вкладывается в обнаружение дублей/похожих объявлений (это видно даже по публичным инженерным материалам и соревнованиям по duplicate detection), поэтому масштабироваться лучше через **разные поисковые намерения**, а не через микровариации одного и того же текста.

Практически это выглядит так:

Сначала запускать не десятки, а **10-15 “трафик-магнитов”**, каждый — про отдельную боль: “шахматка”, “инвентаризация”, “интеграция Авито”, “телефония с карточкой”, “предоплата/касса”, “филиалы и доступы”, “договоры”, “вебхуки/интеграции”, “ДДС по сменам”, “тикеты/поддержка”. Логику “ключ + конкретика + польза” для заголовка обычно и рекомендуют в практических гайдах по Avito, потому что заголовок должен совпасть с запросом и дать понятную причину кликнуть в условиях лимита 50 символов.

Далее расширять пул заголовков “вглубь”, но следить, чтобы объявления отличались по смыслу: разные примеры (“для салона”, “для аренды”, “для сервиса”, “для магазина”), разные первые строки описания (разный FAB-акцент), разные кейсы и разные “пакеты внедрения”.

Техническое ограничение по заголовку (до 50 символов) лучше использовать как дисциплину: один заголовок — один высокочастотный ключ и одна выгода.

Revision #1

Created 5 April 2026 03:51:11 by Admin

Updated 5 April 2026 03:56:16 by Admin