

Luma Beauty Studio

Анализ переписки и конверсии

Instagram, WhatsApp и Messenger | Сентябрь 2026

Все компании, сообщения и показатели в этом отчете вымышлены и приведены для демонстрации формата. Это не клиентский кейс и не свидетельство результатов Entagl.

В этом вымышленном месяце Luma получила 480 обращений. В 156 диалогах отмечен интерес к записи, а в 48 есть формулировки, подтверждающие запись. Еще 74 диалога в выборке остались без ответа компании. Самая очевидная возможность для улучшения: помочь заинтересованным клиентам выбрать следующий шаг. Ответить на вопрос, предложить действительно свободное время и понятно объяснить передачу обращения.

480

Диалоги в выборке

156

С предполагаемым
интересом к записи

48

С формулировками
подтверждения

74

Без ответа компании

Основные выводы

- Интерес не всегда приводит к понятному следующему шагу. Из 156 диалогов с интересом к записи в 108 нет формулировок подтверждения в доступных сообщениях.
- В этом примере доля подтверждений выше в WhatsApp. Возможно, его пользователи уже более уверены в своем решении. Это не доказывает, что разницу вызвал канал или тот, кто отвечал.
- Практичный первый шаг: проверить охват ответами. Назначьте ответственного за каждый входящий диалог, затем проверьте вопросы без ответа, прежде чем увеличивать расходы на привлечение клиентов.

Что означают эти показатели

Подтверждение в сообщении не означает проверенную запись, состоявшийся визит или оплату. В этом примере нет данных календаря, платежей или посещений.

Откуда поступают обращения

Разбивка по каналам показывает, что стоит изучить. Она не определяет лучшую рекламную кампанию и не доказывает, какой канал приносит больше выручки.

В этом примере объединены три вымышленных канала. Ваш отчёт охватывает только разрешённый вами аккаунт и доступную историю сообщений.

Канал	Диалоги	Компания ответила	Интерес к записи	Формулировка подтверждения	Без ответа компании
Instagram	360	302	112	28	58
WhatsApp	80	72	32	16	8
Messenger	40	32	12	4	8
Итого	480	406	156	48	74

Каждый диалог учитывается один раз в рамках канала. Категории с ответом и без ответа взаимоисключающие. Интерес и подтверждение могут пересекаться внутри этих диалогов и не считаются дополнительными диалогами.

Начните с входящих сообщений в Instagram

На Instagram приходится 360 из 480 диалогов и 58 из 74 диалогов без ответа компании. Ежедневная проверка этой очереди поможет уделить внимание самой большой группе обращений без ответа в выборке.

Один человек может использовать несколько каналов. Эти итоги отражают число диалогов, а не уникальных клиентов. Источник на уровне объявления здесь недоступен. Отсутствие рекламных данных не означает органический трафик.

Как обрабатываются ваши обращения

Вымышленный владелец сообщает, что на обращения отвечают сотрудники и чат-бот. Выборка не позволяет надежно определить автора каждого ответа. Поэтому показатели отражают их совместную обработку входящих сообщений.

35 минут

Медианное время первого ответа

406 из 480

Диалоги, получившие ответ

Время первого ответа	Диалоги
Менее 15 минут	166
От 15 минут до 1 часа	140
От 1 до 4 часов	70
Более 4 часов	30

Время ответа отсчитывается от первого сообщения клиента до первого ответа компании в 406 диалогах, где доступны обе временные отметки. Оно включает вечера и выходные. Диалоги без ответа исключены из расчета медианы, а не учтены как мгновенные ответы.

Разделяйте скорость и качество

Даже быстрый ответ может не помочь клиенту продвинуться дальше. Проверьте, отвечает ли он на вопрос, предлагает ли полезный следующий шаг и понятно ли объясняет передачу обращения человеку, если она предусмотрена. Не ранжируйте сотрудников, агентства или ботов без надежных данных о том, кто отвечал.

Эти показатели времени ответа вымышлены. В реальном аудите задержки рассчитываются по доступным временным отметкам. Сама по себе задержка не доказывает потерю продажи.

Где интерес не приводит к следующему шагу

Ниже сгруппированы 108 диалогов с интересом к записи, но без подтверждения. Это возможные направления для повторного контакта или улучшения процессов, а не 108 потерянных клиентов.

Ситуация в диалоге	Количество
Запросили время, но запись на конкретное время не подтвердили	46
Обсудили цену, но не подтвердили запись	32
Сказали, что вернутся позже	18
Запросили время вне предложенных часов	12

В этом вымышленном примере группы взаимоисключающие. Если подходят несколько ситуаций, используется первая подходящая строка выше. Все 108 диалогов относятся к группе с интересом к записи, и ни в одном нет формулировок подтверждения.

Вымышленный диалог S-014

Клиент: «Есть ли у вас свободное время для записи в эту субботу?»

Компания: «Да, мы работаем с 9 до 6».

В ответе указаны часы работы, но клиенту нужно спросить ещё раз, чтобы выбрать время записи. Предлагайте конкретное время только после проверки свободных мест.

Отсутствие подтверждения в доступных сообщениях не означает, что записи не было. Клиент мог позвонить, прийти лично, записаться через другой канал или ответить после окончания периода выборки.

О чём спрашивают клиенты

Темы сгруппированы по первой упомянутой услуге. Это помогает решить, какие ответы и этапы записи улучшить в первую очередь.

Первая упомянутая услуга	Диалоги	Интерес к записи	Формулировки подтверждения
Стрижки	160	52	18
Окрашивание волос	140	52	16
Укладки для мероприятий	80	24	6
Пакеты услуг	60	16	6
Другое или не указано	40	12	2

На стрижки и окрашивание волос приходится 300 диалогов, в 104 из них проявлен интерес к записи. Начните проверку ответов с этих услуг: на них приходится наибольшая доля спроса в выборке.

Язык первого сообщения клиента

Язык	Диалоги
Английский	240
Турецкий	168
Арабский	72

Подсчёт основан на первом читаемом сообщении клиента, поэтому каждый диалог учитывается один раз. Это не означает, что все последующие сообщения были на том же языке. Случаи с неопределённым языком или смешением языков при наличии показываются отдельно.

Ответы для вашей команды

Эти примеры предлагают более понятный следующий шаг. Адаптируйте их к своим ценам, доступному времени, предпочтениям клиентов и правилам каналов общения. Ничего не отправляется автоматически.

Когда клиент спрашивает о записи

До: «Мы работаем с 9 до 6».

Попробуйте: «В эту субботу есть свободное время в 10:30 или 14:00. Вам подходит какой-либо из этих вариантов?»

Почему: вместо часов работы клиент получает выбор. Предлагайте это время только в том случае, если оно действительно свободно.

Когда клиента беспокоит цена

До: «Это наша цена».

Попробуйте: «В стоимость входят консультация, сама услуга и завершающий уход. О чём вы хотели бы узнать подробнее?»

Почему: ответ объясняет ценность услуги без выдуманной скидки. Описывайте только то, что действительно входит в вашу услугу.

Когда клиент говорит «позже»

До: «Хорошо, напишите нам».

Попробуйте: «Конечно. Хотите, чтобы мы связались с вами в следующем месяце, или вам удобнее написать нам, когда будете готовы?»

Почему: ответ уточняет предпочтение клиента, а не предполагает разрешение на дальнейшие сообщения. Для любого последующего контакта всё равно требуется соответствующее разрешение и соблюдение правил канала.

Ваши следующие 30 дней

Назначьте ответственного и показатель для каждого изменения. Сравнивайте похожие выборки диалогов до и после изменения, а не оценивайте успех только по объёму сообщений.

Неделя 1

Назначьте ответственного за входящие сообщения и ежедневно проверяйте очередь сообщений без ответа.

Ответственный: Руководитель команды

Показатель: Доля диалогов с ответом компании.

Неделя 2

Обновите ответы об основных услугах и проверяйте свободное время, прежде чем предлагать запись.

Ответственный: Команда администраторов / ответственный за чат-бота

Показатель: Доля диалогов с интересом к записи, в которых предложен понятный следующий шаг.

Неделя 3

Проверьте передачу диалогов агентству и чат-боту, используя достоверные метки того, кто отвечает.

Ответственный: Владелец бизнеса / агентство

Показатель: Подтверждение принятия диалога и последующие вопросы без ответа.

Неделя 4

Фиксируйте состоявшиеся визиты, отмены и оплаты в соответствующей системе учёта бизнеса.

Ответственный: Руководитель операционной деятельности

Показатель: Полнота учёта подтверждённых результатов, связанных с диалогами.

Начните с распределения ответственности за ответы и более понятных вариантов записи. Оцените результаты, прежде чем расширять автоматизацию или менять рекламные бюджеты.

Потенциальная польза с четкими ограничениями

Пример оценки чувствительности, а не прогноз: если бы в 5% или 10% из 108 переписок с неразрешенным интересом позднее появились формулировки подтверждения, это составило бы около 5 или 11 дополнительных подтверждений. Эти условные показатели не являются наблюдаемыми показателями конверсии.

Условный показатель	Примерное число дополнительных подтверждений
5%	5
10%	11

Подтверждение само по себе не доказывает факт посещения или получения выручки. В этом примере не рассчитывается денежная ценность и не утверждается, что какое-либо отдельное изменение приведет к таким результатам.

Данные и ограничения

- Весь этот отчет вымышленный, включая компанию, фрагменты переписок, время ответа и статистику. Реальные сообщения клиентов не использовались.
- В реальном аудите отчет указывает, какие сообщения, период и каналы были фактически доступны. Ограничения импорта и неполная история могут повлиять на выводы.
- Сигналы выводятся из текста и проверяются по ссылкам на сообщения. Они не доказывают наличие квалифицированных лидов, оплаченных заказов, состоявшихся посещений или выручки.
- Звонки, посещения и платежи вне платформы не видны, если не включены надежные внешние записи о результатах, обозначенные отдельно.
- Сравнения каналов основаны на наблюдениях. Личность отвечающего, связь с рекламной кампанией и личность клиента остаются неизвестными, если источник не позволяет их установить.

Что могут рассказать ваши переписки?

Создайте собственный бесплатный аудит, чтобы увидеть выводы и практические следующие шаги на основе доступных переписок вашего бизнеса.

[Начать бесплатный аудит entagl.com/free-dm-analysis](https://entagl.com/free-dm-analysis)