

AI Lead Processing & CRM Integration

Итог Discovery-фазы: от запроса «хотим AI-бота» к управляемому scope пилота

Автор	Алёна Измалко - AI Project / Solution Manager
Роль в проекте	Discovery: интервью со стейкхолдерами, анализ процесса as-is, фиксация целей, ограничений, baseline и вариантов решения с trade-offs
Контекст кейса	Коммерческий контур, недвижимость (SMB). Реальный клиентский кейс, октябрь - ноябрь 2025
Статус	Обезличенная демонстрационная версия (февраль 2026). Названия компании и коммерческие данные удалены; числовые значения - рабочие ориентиры, в проекте фиксировались по замерам заказчика
Связанный артефакт	High-Level Solution & Integration Specification - подготовлена на основе этого brief

1 Исходный запрос бизнеса

Формулировка на входе: **«Хотим AI-бота, чтобы быстро отвечал клиентам и мы не теряли заявки».**

За одним запросом стояли три разные проблемы: скорость первичного ответа, потеря обращений при пиковой нагрузке и отсутствие стандартной квалификации лидов. Задача Discovery - разделить их и определить, какие решаются AI-слоем, а какие процессными изменениями без AI. Смешивание этих проблем в один «бот-проект» - типовая причина провала подобных внедрений.

2 Стейкхолдеры и роли в решении

Роль	Интерес / зона решения	Участие в Discovery
Владелец бизнеса (спонсор)	Рост продаж без роста штата; утверждает бюджет и KPI пилота	Установочное интервью, приёмка итогов
Руководитель отдела продаж	Нагрузка менеджеров, качество лидов; владелец процесса	2 интервью, разбор воронки по этапам
Маркетинг	Каналы и стоимость лида; условие - не менять рекламную стратегию	Интервью, выгрузка данных по каналам
IT / CRM-подрядчик	Доступ к API CRM, безопасность, поддержка	Технический созвон, проверка методов API

Отдельного продуктового владельца AI на стороне заказчика не было - это зафиксировано как организационный риск и требование к пилоту (см. раздел 8).

3 Текущий процесс (as-is) и узкие места

Обращения приходят с сайта, из форм и мессенджеров и обрабатываются менеджерами вручную. Фиксация в CRM выборочная, часть диалогов остаётся в личных чатах менеджеров. Наблюдаемость ранней воронки низкая: достоверно ответить, сколько обращений потеряно, на момент Discovery было невозможно - это само по себе стало одним из выводов фазы.

Узкое место	Следствие для бизнеса
Первичный ответ зависит от загрузки менеджеров	Время реакции нестабильно; часть клиентов уходит до первого контакта
Квалификация не стандартизирована	Менеджеры тратят время на нецелевые обращения; горячие лиды ждут в общей очереди
Обращения фиксируются в CRM выборочно	Ранняя воронка не наблюдаема; потери не измеряются
Пиковая нагрузка в периоды рекламных кампаний	Потери растут именно тогда, когда за трафик заплачено больше всего

4 Цели пилота и baseline

Ключевое правило, согласованное со спонсором: **baseline фиксируется до старта** - без него эффект пилота недоказуем и решение о масштабировании будет приниматься «на ощущениях».

Цель	Метрика	Как фиксируем baseline	Ориентир пилота
Скорость реакции	Время первичного ответа	Выборка обращений за 2-4 недели по каналам	-50% от baseline
Нагрузка менеджеров	Доля времени на рутинную квалификацию	Хронометраж + интервью РОП	-30% от baseline
Полнота воронки	Доля обращений, дошедших до CRM	Сверка каналов и CRM за период	≥60% автообработки
Управляемость	Наблюдаемость ранней воронки	Перечень «слепых зон» до пилота	Дашборд: SLA, эскалации, ошибки

5 Данные и системы

Компонент	Состояние на момент Discovery	Что требуется для пилота
CRM	Используется отделом продаж; API доступен (create / update lead, note, task)	Технический доступ, маппинг минимальных полей
База знаний / FAQ	Разрозненно: сайт, документы, «головы менеджеров»	Минимальная версия FAQ и правил возражений до запуска
Каналы	Сайт, формы, мессенджеры	Формат передачи события в AI-слой по каждому каналу
Персональные данные	Имя, телефон, email	Хранение в CRM; ограничение срока хранения логов; opt-out

6 Ограничения

- **Бюджет** - уровень пилота, не enterprise-платформы.
- **Сроки** - измеримый эффект в горизонте одного квартала.
- **Не менять** рекламную стратегию и архитектуру CRM.

- **Финальное решение по сделке** - всегда за менеджером; AI работает только на уровне первичной коммуникации.
- **Исходящие коммуникации** - только после юридической проверки источников и с обязательным opt-out.

7 Варианты решения и trade-offs

Вариант	Плюсы	Минусы / риски	Вывод
А. Готовый чат-виджет «из коробки»	Быстрый старт, минимальная цена	Нет квалификации и надёжной записи в CRM; потери при сбоях; слепая воронка сохраняется	Не решает ключевые проблемы
В. AI-слой между каналами и CRM (Concierge + интеграция)	Квалификация Cold / Warm / Hot, dedup, buffering + retry, наблюдаемость; CRM остаётся источником истины	Требуем Discovery-данных, настройки сценариев и change control	Рекомендовано: пилот
С. Полная кастомная разработка контура	Максимальная гибкость	Сроки и бюджет x3-5; избыточно до подтверждения эффекта пилотом	Отложить до результатов пилота

Вариант А отдельно обсуждался со спонсором: он выглядит самым дешёвым, но не отвечает ни на одну из трёх исходных проблем и создаёт иллюзию решения. Это зафиксировано письменно, чтобы решение не пересматривалось под давлением сроков.

8 Ключевые риски, зафиксированные до старта

Риск	Митигирование, заложенное в scope
Ошибки классификации AI	Confidence threshold + handoff менеджеру + review качества на пилоте
Потеря данных при сбое CRM	Buffering + retry + инцидент-эскалация; pass-through режим
Соппротивление менеджеров	Вовлечение РОП как владельца процесса, обучение, понятные правила handoff
Нет владельца AI на стороне заказчика	Назначение AI Owner - условие старта пилота, зафиксировано в спецификации
Разрастание scope	Scope freeze на пилот; изменения - через formal change approval

9 Решение по итогам Discovery и next steps

Решение: go на пилот по варианту В с измеримыми критериями приёмки. Исходящий модуль (Hunter) включён в scope спецификации, запуск - только после юридической проверки источников.

Next steps: утвердить baseline-замеры → согласовать критерии приёмки → подготовить High-Level Solution & Integration Specification (архитектура, интеграционные правила, риск-реестр, governance, критерии приёмки) → собрать входные данные (FAQ, поля CRM, каналы) → запустить пилот.

Что показывает документ. Discovery здесь - не «созвон про бота», а фаза с фиксированным результатом: разделение запроса на реальные проблемы, baseline, ограничения, варианты с trade-offs и осознанное go / no-go до начала разработки.