

CRM ДЛЯ ОДНОГО СПЕЦИАЛИСТА (ОБЗОР + НАСТРОЙКА)

Обзор Laxo, Hely, Битрикс24, Notion. Настройка воронки продаж, автоматизация, интеграции с Telegram и почтой для digital-специалиста

📌 **Зачем нужна CRM digital-специалисту:** Когда у вас 2-3 клиента, можно вести учет в блокноте или Excel. Но как только клиентов становится больше, начинается хаос: забытые заявки, потерянные контакты, пропущенные сроки, непроданные услуги. CRM решает эти проблемы: все лиды, клиенты и сделки - в одном месте. Система напоминает о следующих шагах, автоматизирует рассылки и помогает не терять деньги. В digital-услугах CRM особенно важна, потому что цикл сделки может быть длинным: клиент может думать неделю, прежде чем купить.

В этом документе мы разберем, какую CRM выбрать для digital-практики, как настроить воронку продаж, автоматизировать рутину и интегрировать CRM с другими сервисами.

1. ЗАЧЕМ CRM ОДИНОЧНОМУ DIGITAL-СПЕЦИАЛИСТУ

- **Не терять лиды:** Все заявки с бирж, из Telegram, из рекламы попадают в CRM. Вы видите, кто пришел, откуда и на каком этапе находится.
- **Контролировать продажи:** Вы видите воронку: сколько людей обратилось, сколько получило КП, сколько купило. Это помогает понимать, где теряются деньги.
- **Автоматизировать рассылки:** CRM отправляет приветственные письма, напоминания о дедлайнах, предложения о повторных услугах.
- **Управлять проектами:** Вы видите, кто на каком этапе, кто оплатил, кто должен, у кого заканчивается проект.
- **Анализировать результаты:** Вы понимаете, какие каналы привлечения

работают лучше, сколько стоит привлечение клиента, сколько он приносит.

 **Простой пример:** Без CRM вы вручную проверяете, кто оплатил проект, кто нет. Вы забываете отправить напоминание о дедлайне. Клиент не получает результат вовремя - вы теряете деньги и репутацию. С CRM это происходит автоматически: система отправляет напоминания, вы видите статус каждого клиента.

2. ОБЗОР CRM ДЛЯ DIGITAL-СПЕЦИАЛИСТА

Лахо

Российская

от 390 ₽/мес

Суть: Облачная CRM-система с встроенным AI-помощником, созданная для предпринимателей, самозанятых и небольших команд.

Плюсы: Простой интерфейс, не требует обучения. AI-помощник помогает с аналитикой, создает сделки и задачи по запросу. Интеграции с почтой, мессенджерами, платежными системами. Конструктор форм для сайта.

Минусы: Ограниченный функционал по сравнению с AmoCRM и Битрикс24. Подходит для малого числа клиентов.

Для кого: Для тех, кто никогда не использовал CRM и хочет начать с простого решения.

Цена: 390 ₽/мес за пользователя.

Hely

от 9.99 \$/мес

Суть: Ультрапростая мобильная CRM для фрилансеров, коучей, консультантов и одиночных предпринимателей.

Плюсы: Список клиентов, отсортированный по "теплоте" (времени с последнего контакта). QR-код для быстрой регистрации клиента, автоответы на новые заявки. Быстрые действия: WhatsApp, SMS, звонок, email в один тап.

Минусы: Только мобильное приложение (iOS), нет веб-версии. Нет русскоязычного интерфейса.

Для кого: Для тех, кто работает в основном с телефона и хочет простую CRM для запоминания клиентов.

Цена: 9.99 \$/мес. Бесплатный пробный период 7 дней.

Битрикс24

Российская

Бесплатно (до 12 пользователей)

от 1 990 ₽/мес

Суть: Мощная экосистема, включающая CRM, задачи, документы, телефонию, сайт, рассылки.

Плюсы: Бесплатный тариф на 12 пользователей. Широкие возможности: лиды, сделки, контакты, задачи, отчеты. Интеграции с Telegram, почтой, телефонией. Автоматизация через роботов.

Минусы: Интерфейс перегружен, требуется время на настройку. Для одного специалиста может быть избыточной.

Для кого: Для тех, кто планирует масштабироваться и хочет использовать единую экосистему.

Цена: Бесплатно (до 12 пользователей), платные тарифы от 1 990 ₽/мес.

Notion (как CRM)

Бесплатно

Суть: Notion - универсальный инструмент для заметок и организации работы. С его помощью можно создать простую CRM без программирования.

Плюсы: Бесплатно, гибкие настройки, можно создать любую структуру: таблицы, базы данных, статусы клиентов.

Минусы: Нет автоматизации, нет интеграций с маркетинговыми инструментами (только ручной ввод).

Для кого: Для старта (до 30-50 клиентов), когда автоматизация еще не критична.

Цена: Бесплатно (до 5 участников).

3. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ТАБЛИЦА CRM

CRM	Цена	Бесплатный тариф	Автоматизация	Интеграции	Для кого
-----	------	------------------	---------------	------------	----------

CRM	Цена	Бесплатный тариф	Автоматизация	Интеграции	Для кого
Laxo	от 390 ₽/мес	Нет	Средняя	Почта, мессенджеры, платежные системы	Начинающие
Hely	от 9.99 \$/мес	7 дней	Средняя	WhatsApp, SMS, Email	Работа с телефона
Битрикс24	от 0 ₽ / от 1 990 ₽/мес	Да (до 12 чел.)	Высокая	Telegram, почта, телефония, сайт	Масштабирование
Notion	Бесплатно	Да	Нет	Нет	Старт (до 50 клиентов)

 **Рекомендация:** На старте используйте **Notion** (бесплатно) для учета клиентов вручную. Как только у вас будет 30-50 клиентов, переходите на **Laxo** (простая) или **Битрикс24** (бесплатно до 12 пользователей). Для работы с телефона - **Hely**.

4. НАСТРОЙКА ВОРОНКИ ПРОДАЖ

Воронка продаж - это последовательность этапов, которые проходит клиент от первого контакта до оплаты. Для digital-услуг оптимальна следующая структура.

Этап	Описание	Действие
1. Новый лид	Клиент оставил заявку на бирже, написал в Telegram или на почту	Ответить в течение 1-2 часов, выяснить задачу
2. Квалификация	Вы поняли, что клиенту нужна ваша услуга и у него есть бюджет	Отправить коммерческое предложение или примеры работ
3. Переговоры	Обсуждаете условия, ТЗ, сроки, стоимость	Согласовать детали, ответить на возражения
4. Сделка	Клиент согласился, выставляете счет	Получить оплату, начать работу
5. В работе	Проект выполняется	Держать клиента в курсе, сдать работу
6. Завершен	Проект сдан, акт подписан	Получить отзыв, предложить следующий проект

Этап	Описание	Действие
7. Постоянный клиент	Клиент вернулся или оформил абонентку	Удерживать, предлагать новые услуги

Как настроить воронку в CRM:

1. Создайте воронку с названием "Digital-услуги".
2. Добавьте этапы (из таблицы выше).
3. Настройте автоматическое перемещение: при отправке КП - в этап "Переговоры", при оплате - в "В работе".
4. Добавьте поля для данных: направление (дизайн/копирайтинг/таргетинг), источник, сумма, дата следующего контакта.

5. АВТОМАТИЗАЦИЯ РУТИНЫ

Автоматизация помогает не тратить время на повторяющиеся действия. Вот что можно настроить в CRM для digital-услуг.

Триггер	Действие	Цель
Новый лид (оставил заявку)	Отправить приветственное сообщение с примерами работ	Познакомить, показать экспертизу
Отправлено КП	Напоминание через 2 дня - узнать, принял ли клиент решение	Не потерять клиента, ответить на вопросы
Клиент оплатил	Отправить благодарность, запросить материалы для работы	Начать проект, создать комфорт
Проект сдан	Отправить запрос на отзыв, предложить следующий проект	Получить социальное доказательство, увеличить LTV
Прошло 30 дней после сдачи	Отправить письмо с предложением новых услуг или скидки	Вернуть клиента, повысить повторные продажи
Клиент не ответил 7 дней	Отправить письмо с кейсами и отзывами	Прогреть, подтолкнуть к решению

 **Совет:** Настройте интеграцию CRM с Telegram-ботом. Это позволит автоматически создавать лиды из сообщений и отвечать на частые вопросы без вашего участия.

6. ИНТЕГРАЦИЯ CRM С ДРУГИМИ СЕРВИСАМИ

Сервис	Зачем интегрировать	Как настроить
Telegram	Видеть всю переписку с клиентом в карточке сделки	Подключить бота или интеграцию в настройках CRM
Email (Gmail, Яндекс.Почта)	Видеть всю переписку с клиентом в карточке сделки	Подключить почту в настройках CRM (двусторонняя синхронизация)
Календарь (Google, Яндекс)	Планировать встречи и дедлайны, не переключаясь между сервисами	Синхронизировать календарь с CRM
Платежные системы (ЮKassa, Тинькофф)	Выставлять счета и принимать оплату прямо из CRM	Подключить платежный модуль (в Лахо есть интеграция)
Биржи фриланса (FL.ru, Kwork)	Автоматически создавать лиды из заявок	Через API или вручную (копировать контакты)

7. АНАЛИТИКА: ЧТО ОТСЛЕЖИВАТЬ В CRM

Метрика	Что показывает	Целевое значение
Количество лидов в месяц	Сколько людей оставили заявку	Зависит от каналов
Конверсия из лида в клиента	Сколько из заявок стали платными	10-20%
Средний чек (AOV)	Средняя сумма заказа	Зависит от услуги
Стоимость привлечения (CAC)	Сколько стоит один клиент	Меньше LTV в 3+ раза
LTV (пожизненная ценность)	Сколько приносит один клиент за все время	3x CAC
Повторные заказы	Сколько клиентов вернулись	30-50%
Среднее время сделки	Сколько дней от лида до оплаты	3-14 дней

 **Пример анализа:** У вас 20 лидов в месяц. 4 стали клиентами (конверсия 20%). Средний чек - 20 000 ₽. LTV = 20 000 ₽ (если покупают один проект) или 40 000 ₽ (если возвращаются). CAC = 5 000 ₽ (реклама) / 4 = 1 250 ₽ на клиента. ROI = (20 000 - 1 250) / 1 250 × 100% = 1500%. Это значит, что бизнес эффективен, и можно масштабировать рекламный бюджет.

8. ЧЕК-ЛИСТ ВНЕДРЕНИЯ CRM

- [] Выбрана CRM (Notion, Laxo, Hely, Битрикс24).
- [] Создан аккаунт и настроен профиль.
- [] Создана воронка продаж с 7 этапами (лид → квалификация → переговоры → сделка → в работе → завершен → постоянный клиент).
- [] Добавлены поля для данных (направление, источник, сумма, дата следующего контакта).
- [] Настроены автоматические напоминания для каждого этапа.
- [] Настроены автоматические рассылки (приветствие, напоминание, пост-продажа).
- [] Подключена интеграция с Telegram (для общения с клиентами).
- [] Подключена интеграция с почтой и календарем.
- [] Перенесены существующие клиенты в CRM (из Excel или блокнота).
- [] Проведен тест: создана тестовая сделка, проверены все этапы и автоматизации.

 **Важно:** Не пытайтесь настроить все сразу. Начните с базового: создайте воронку, добавьте клиентов, настройте напоминания. Остальные функции подключайте постепенно, по мере необходимости. CRM должна помогать, а не усложнять работу.

 **Совет по выбору:** Если вы сомневаетесь, начните с **бесплатного тарифа Битрикс24** или **Notion**. Протестируйте 1-2 недели, и только потом принимайте решение о платной подписке. Главное - чтобы CRM помогала вам продавать и удерживать клиентов, а не создавала лишнюю работу.

Документ разработал:

_____ / _____

(подпись, ФИО)

"__" _____ 20__ г.

настройка), версия 1.0.

Рекомендуется адаптировать под свою нишу и выбрать CRM, соответствующую вашему бюджету и задачам.