GENEL SAĞLIK PUANI



CRM'iniz 58 puan: riskli

Son 12 ayın kayıtlarından ölçüldü

66 ölçütten 34 tanesi geçer puanı (60) aştı

Kritik · 0–39 | **Riskli · 40–59** | Gelişmeli · 60–79 | Sağlıklı · 80–100

ÖZET

CRM'inizin sağlık puanı 100 üzerinden 58: riskli. 66 ölçütten 34 tanesi geçer puanı (60) aşıyor. En güçlü departman pazarlama (64), en zayıf departman finans (52). En büyük kör nokta: kayıp nedeni yazılmıyor; ilk adım: kaybedildi aşamasında nedeni zorunlu yapın; fiyat, zamanlama, rakip, yanlış müşteri diye ayırın.

OKUNAN KAYITLAR

412	1.260	1.380	640	3.180	1.460
fırsat	lead	kişi	firma	etkinlik	not ve açıklama

DÖRT DEPARTMANIN PUANI

Satış — 55 / 100

64 ölçütten 32 tanesi geçti · ölçüm güveni %90

+ **İyi:** Toplantıdan satışa oranı (64 puan).

– **Kör nokta:** Kayıp nedeni yazılmıyor (15 puan).

Pazarlama — 64 / 100

31 ölçütten 21 tanesi geçti · ölçüm güveni %94

+ **İyi:** Lead ilk temas süresi (85 puan).

– **Kör nokta:** Kayıp nedeni yazılmıyor (15 puan).

Operasyon — 59 / 100

21 ölçütten 12 tanesi geçti · ölçüm güveni %82

+ **İyi:** Devir kalitesi (69 puan).

– **Kör nokta:** Şikayet yoğunluğu takip edilmiyor.

Finans — 52 / 100

41 ölçütten 16 tanesi geçti · ölçüm güveni %85

+ **İyi:** Fırsat değeri doluluğu (69 puan).

– **Kör nokta:** Kapanış tarihi geçmiş fırsatlar açık duruyor (21 puan).

EN BÜYÜK 3 KÖR NOKTA

1 Kayıp nedeni yazılmıyor

Ölçülen: **%22** · Nedeni yazılı kaybedilen fırsat ÷ kaybedilen fırsat · 131 kayıt · puan 15

Ne kaybettirir: Neden kaybettiğinizi bilmeden aynı hatayı tekrarlıyorsunuz.

İlk adım: Kaybedildi aşamasında nedeni zorunlu yapın; fiyat, zamanlama, rakip, yanlış müşteri diye ayırın.

2 Fırsatların temel alanları boş

Ölçülen: **%59** · Dolu kritik alan ÷ toplam kritik alan · 412 kayıt · puan 45

Ne kaybettirir: Değeri ya da kapanış tarihi olmayan fırsat ay sonu tahminine giremiyor.

İlk adım: Teklif aşamasına geçerken değer ve kapanış tarihini zorunlu yapın.

3 Bilgi notlarda kalıyor, alanlara girmiyor

Ölçülen: **%33** · Notunda tutar, tarih, ürün ya da karar verici geçip ilgili alanı boş olan kayıt ÷ notu olan kayıt · 1.460 kayıt · puan 20

Ne kaybettirir: Tutar, tarih ve karar verici notta duruyor; rapor ve tahmin onları görmüyor.

İlk adım: Notlardaki tutar, tarih ve kişiyi ilgili alanlara taşıyın; yeni görüşmeler alanlara kendiliğinden işlensin.

YEDİ ALANDA DURUM

Alan	Ölçüt	Geçen	Ortalama puan
Veri kalitesi	13	8	63
Pipeline	9	2	47
Satış performansı	12	6	57
Aktivite ve disiplin	10	6	57
Pazarlama	8	7	65
Müşteri ve operasyon	6	4	52
Finans	8	1	43

NASIL ÖLÇÜLDÜ

57
ölçüldü
20 ve üstü kayıtla; tam ağırlık

6
az kayıt
5–19 kayıtla; yarım ağırlık

3
takip edilmiyor
CRM'de iz yok; 0 puan, yarım ağırlık

9
uygulanamaz
bu veri şirketinizde yok; hesaba girmez

Her ölçüt kendi eşiğine göre 0–100 puanlanır (3. sayfadaki cetvel). Departman puanı, ölçütlerin o departmana etkisiyle (0–3) ağırlıklı ortalamasıdır. Genel puan: satış %30, pazarlama %30, operasyon %20, finans %20; bir departman 40'ın altındaysa genel puan 60'ı geçmez. Notlar ve açıklamalar yapay zekâyla okunur: alan boş olsa da notta yazan tutar, tarih ve sonraki adım bulunur.

Bu ölçütleri Closync her gün izler.

Puanınız düşmeye başladığında kör noktayı ve ilk adımı siz sormadan WhatsApp'ınıza, e-postanıza ya da Slack'e gönderir.

14 gün ücretsiz deneyin

ya da kayıt olmadan deneyin

PUANLAMA CETVELİ · 66 ÖLÇÜT

Ölçüt	Ölçülen	0 → 100 puan	Puan
VERİ KALİTESİ			
Kritik alan doluluğu	%59	%30 → %95	**45**
Fırsat değeri doluluğu	%72	%20 → %95	**69**
Kapanış tarihi doluluğu	%66	%30 → %95	**55**
Kaynak doluluğu	%84	%40 → %95	**80**
Firma profil doluluğu	%55	%20 → %90	**50**
Kişi profil doluluğu	%79	%30 → %95	**75**
Kayıp nedeni doluluğu	%22	%10 → %90	**15**
Mükerrer kayıt oranı	%5	%15 → %1	**71**
Geçersiz iletişim bilgisi	%3	%15 → %1	**86**
Tutarsız kayıt oranı	%3	%20 → %1	**89**
Sahipsiz kayıt oranı	%4	%20 → %0	**80**
Notta kalan yapısal bilgi	%33	%40 → %5	**20**
Test ve sahte kayıt oranı	%1	%10 → %0	**90**
PİPELİNE			
Canlı fırsat oranı	%59	%40 → %95	**35**
Aşama tıkanıklığı	%30	%50 → %5	**44**
Tarihi geçmiş açık fırsat	%32	%40 → %2	**21**
Kapanış tarihi kayması	%28	%50 → %5	**49**
Pipeline kapsaması	2,1 kat	1 kat → 3 kat	**55**
Pipeline yaşı	2,2 kat	3 kat → 1 kat	**40**
En zayıf aşama geçişi	%35	%10 → %60	**50**
Yeni fırsat üretim trendi	+%6	−%30 → +%30	**60**
Pipeline yoğunlaşması	%32	%60 → %20	**70**
SATIŞ PERFORMANSI			
Kazanma oranı (adet)	%22	%5 → %35	**57**
Kazanma oranı (değer)	%20	%5 → %35	**50**
Satış döngüsü trendi	1	1,3 → 0,8	**60**
Kazanılan değer trendi	+%3	−%30 → +%30	**55**
Aylık dalgalanma*	%50	%80 → %20	**50**
Ortalama anlaşma değeri trendi	+%6	−%30 → +%30	**60**
Toplantıdan satışa oranı	%21	%5 → %30	**64**
Tekliften kazanıma oranı	%34	%10 → %50	**60**
Temsilci bağımlılığı*	%54	%70 → %35	**46**
Sepet altı temsilci oranı*	%18	%60 → %0	**70**
Fiyat kaynaklı kayıp	%38	%60 → %15	**49**
Rakibe kayıp	%24	%50 → %10	**65**

Ölçüt	Ölçülen	0 → 100 puan	Puan
AKTİVİTE VE DİSİPLİN			
Sonraki adımı planlı fırsat	%34	%20 → %90	**20**
Son 14 günde aksiyon	%54	%30 → %90	**40**
Teklif sonrası takip	%50	%30 → %95	**31**
Geciken görev oranı	%25	%50 → %5	**56**
Etkinlik tamamlama	%78	%40 → %95	**69**
İçerikli etkinlik oranı	%56	%20 → %80	**60**
Düşük aktiviteli temsilci*	%13	%50 → %0	**74**
Müşteri temas aralığı	1,4 kat	2 kat → 1 kat	**60**
Lead ilk temas süresi	35 saat	7 gün → 12 saat	**85**
Temas edilmemiş lead	%10	%40 → %2	**79**
PAZARLAMA			
Lead'den fırsata dönüşüm	%22	%3 → %30	**70**
Lead'den müşteriye dönüşüm	%5	%0,5 → %8	**60**
Kanal verim uyumu*	%26	%50 → %10	**60**
Persona uyum oranı	%65	%20 → %80	**75**
Müşteri profili zenginliği	%55	%20 → %90	**50**
Lead hacmi trendi	+%12	−%30 → +%30	**70**
Pazarlama kaynaklı ciro payı	%34	%5 → %50	**64**
Hedef dışı fırsat oranı	%19	%50 → %5	**69**
MÜŞTERİ VE OPERASYON			
Satış sonrası gecikme	%23	%50 → %5	**60**
Devir kalitesi	%22	%60 → %5	**69**
Şikayet yoğunluğu	takip yok	30 → 2	**0**
Tekrar satın alma	%31	%5 → %40	**74**
Müşteri kaybı riski	%24	%40 → %5	**46**
Hesap yükü dengesi*	%41	%80 → %20	**65**
FİNANS			
Tahmin doğruluğu	takip yok	%60 → %10	**0**
Nakit görünürlüğü	%38	%10 → %80	**40**
Ödeme gecikmesi yoğunluğu	%18	%40 → %3	**59**
Ödeme takibi	takip yok	%0 → %90	**0**
Gelir yoğunlaşması	%45	%70 → %25	**56**
İptal edilen anlaşma	%3	%15 → %1	**86**
Pipeline momentumu	1	0,5 → 1,5	**50**
Fiyat bilgisi kapsamı	%58	%20 → %90	**54**

* Az kayıtla ölçüldü (5–19 kayıt), yarım ağırlıkla sayıldı. Eşik: ölçülen değer soldaki sayıdaysa 0, sağdaki sayıdaysa 100 puan; arası doğrusal. Uygulanamayan 9 ölçüt: indirim oranı, indirim sıklığı, ek ve çapraz satış oranı, hedef gerçekleşme, cevapsız müşteri e-postası, yaşam döngüsü ilerlemesi, kampanyadan fırsata, şikayet yanıt süresi, yenileme oranı.