



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Матрица квалификации B2B лидов (BANT/MEDDIC)

Визуальный фреймворк для быстрой и эффективной квалификации B2B лидов

Введение: Зачем нужна квалификация лидов?

В B2B-продажах, где цикл сделки может длиться от 1 до 6 месяцев, а решение о покупке принимается группой лиц, критически важно сфокусироваться на наиболее перспективных лидах. Квалификация лидов — это процесс оценки потенциального клиента на предмет его готовности и способности совершить покупку. Она позволяет:

1. Экономить время и ресурсы: Менеджеры тратят время только на тех, кто действительно готов к покупке, а не на «пустые» звонки (AmSales).
2. Повышать конверсию: Сосредоточение на квалифицированных лидах увеличивает вероятность закрытия сделки.
3. Улучшать прогнозирование: Понимание готовности лидов позволяет более точно планировать выручку.

Данный материал предлагает фреймворки BANT и MEDDIC, которые помогут вам систематизировать процесс квалификации и принимать обоснованные решения о дальнейших шагах с каждым лидом. В B2B воронке продаж на каждой ступеньке теряется 50–80% потенциальных клиентов, поэтому качественная квалификация — ключ к повышению эффективности (article_content).

Матрица BANT: Базовый фреймворк квалификации

Критерий	Ключевые вопросы	Индикаторы готовности (высокий уровень)	Красные флаги (низкий уровень)
Budget (Бюджет)	Какой бюджет выделен на решение этой задачи? Какова ваша предполагаемая стоимость решения этой проблемы? Понимаете ли вы потенциальный ROI (возврат инвестиций) от внедрения нашего решения? Есть ли у вас гибкость в бюджете, если решение потребует дополнительных опций? (komanda.ai)	Бюджет подтвержден и выделен. Клиент понимает ценность решения и готов инвестировать. Есть четкий источник финансирования (операционный бюджет, инвестиции).	Бюджет не определен или не является приоритетом. Клиент ищет самое дешевое решение без учета ценности. Финансовые возможности ограничены или неясны.

Критерий	Ключевые вопросы	Индикаторы готовности (высокий уровень)	Красные флаги (низкий уровень)
Authority (Полномочия)	Кто принимает окончательное решение о покупке? Кто еще будет участвовать в процессе принятия решения? Какова ваша роль в этом процессе? Есть ли реальный распорядитель бюджета и кто он? (komanda.ai)	ЛПР (Лицо, Принимающее Решение) определен и активно участвует в переговорах. Установлена роль контактного лица (ЛПР, инициатор, эксперт). Известен состав «комитета по закупкам».	Непонятно, кто принимает решение или контактное лицо не имеет полномочий. Процесс принятия решения непрозрачен. Контактное лицо — только сборщик информации.
Need (Потребность)	Какие проблемы вы надеетесь решить с помощью нашего продукта/услуги? Что мешает достижению ваших текущих задач? (article_content) Каковы негативные последствия, если проблема не будет решена? (komanda.ai) Является ли решение этой задачи приоритетным для компании? (komanda.ai)	Потребность остро стоит и признана руководством. Клиент четко сформулировал бизнес-проблему и ее негативные последствия. Есть понимание, почему текущие методы решения проблемы не работают (komanda.ai).	Проблема не является критической или не признана руководством. Клиент не видит острой необходимости в изменениях. Потребность расплывчата или отсутствует.
Timeframe (Сроки)	К каким срокам вам необходимо решить эту задачу? Есть ли конкретная дата или событие, к которому решение должно быть внедрено? (komanda.ai) Какие промежуточные дедлайны установлены для этого проекта? (komanda.ai) Что произойдет, если задача не будет решена в эти сроки?	Сроки жесткие и приближаются. Есть четкий дедлайн или событие, стимулирующее покупку. Клиент осознает риски задержки.	Сроки не установлены или очень расплывчаты. Проект не является срочным. Нет ощущения срочности или последствий задержки.

Матрица MEDDIC: Глубокая квалификация для сложных продаж

Критерий	Ключевые вопросы	Индикаторы готовности (высокий уровень)	Красные флаги (низкий уровень)
Metrics (Метрики)	Как вы измеряете успех решения этой проблемы? Какие конкретные измеримые результаты вы ожидаете получить? На сколько процентов вы планируете сократить расходы/увеличить прибыль/оптимизировать процессы? Какой ROI вы считаете приемлемым для этого проекта?	Клиент четко определил измеримые показатели успеха (KPI, ROI). Готовность предоставить данные для расчета потенциальной выгоды. Понимание, как решение повлияет на ключевые бизнес-метрики.	Нет понимания, как измерить успех. Ожидания расплывчаты и неизмеримы. Нежелание делиться финансовыми или операционными данными.

Критерий	Ключевые вопросы	Индикаторы готовности (высокий уровень)	Красные флаги (низкий уровень)
Economic Buyer (Экономический покупатель)	Кто является конечным бенефициаром этого решения с финансовой точки зрения? Кто подписывает чеки и отвечает за бюджет? Каковы его ключевые приоритеты и как наше решение может их поддержать? Что для него является наибольшим риском или возможностью?	Экономический покупатель идентифицирован и его мотивация понятна. Есть прямой доступ к экономическому покупателю или его представителю. Известны личные или профессиональные мотивации ЛПР (komanda.ai).	Экономический покупатель неизвестен или недоступен. Непонимание его бизнес-приоритетов. Нет возможности донести ценность решения до лица, принимающего финансовые решения.
Decision Criteria (Критерии принятия решения)	По каким критериям вы будете оценивать потенциальных поставщиков? Какие факторы для вас наиболее важны при выборе решения (цена, функционал, поддержка, репутация)? Есть ли у вас формализованный процесс оценки? Каковы ваши технические или операционные требования?	Клиент четко сформулировал критерии выбора. Критерии соответствуют сильным сторонам вашего продукта/услуги. Готовность поделиться процессом оценки.	Критерии выбора неясны или постоянно меняются. Критерии не соответствуют вашему предложению. Отсутствие формализованного процесса выбора.
Decision Process (Процесс принятия решения)	Каков ваш внутренний процесс принятия решения о покупке? Какие этапы согласования нужно пройти? (komanda.ai) Кто участвует на каждом этапе? Какие документы или одобрения требуются? Каковы сроки каждого этапа?	Процесс принятия решения четко описан и понятен. Известны все участники процесса и их роли. Готовность клиента следовать определенному графику.	Процесс принятия решения непрозрачен или отсутствует. Множество скрытых стейкхолдеров. Непонятные или постоянно меняющиеся этапы согласования.
Identify Pain (Выявление боли)	Какова основная проблема, которую вы пытаетесь решить? Как эта проблема влияет на ваш бизнес сегодня? Какие негативные последствия она несет? (komanda.ai) Что произойдет, если эта проблема не будет решена в ближайшее время?	Клиент четко осознает свою «боль» и ее влияние на бизнес. Проблема является критической и требует немедленного решения. Готовность обсуждать последствия бездействия.	Проблема не является острой или клиент не осознает ее влияния. Нет четкого понимания «боли». Клиент не видит необходимости в изменениях.
Champion (Чемпион)	Кто в вашей компании является сторонником этого проекта? Кто готов отстаивать наше решение внутри вашей организации? Как мы можем помочь вашему «чемпиону» получить поддержку? Каковы его личные или профессиональные мотивации в этом проекте?	Идентифицирован внутренний «чемпион», активно продвигающий решение. Чемпион имеет влияние и доступ к ключевым лицам. Готовность чемпиона сотрудничать и предоставлять информацию.	Отсутствие внутреннего сторонника. Контактное лицо не проявляет инициативы или влияния. Невозможность установить контакт с потенциальным «чемпионом».

Система скоринга лидов

Для объективной оценки лидов рекомендуется использовать систему скоринга. Присваивайте баллы каждому критерию BANT/MEDDIC, исходя из уровня готовности лида. Это позволит сформировать общий рейтинг и приоритизировать работу.

Пример скоринга (можно адаптировать):

- * 3 балла: Высокая готовность (например, бюджет подтвержден, ЛПР активно участвует).
- * 2 балла: Средняя готовность (например, бюджет обсуждается, ЛПР известен, но неактивен).
- * 1 балл: Низкая готовность (например, бюджет не определен, ЛПР неизвестен).
- * 0 баллов: Красный флаг (например, нет потребности, решение нецелевое).

Суммируйте баллы по всем критериям. Чем выше общий балл, тем выше приоритет лида.

Например, лид с общим баллом 10-12 (по BANT) является «горячим», 7-9 — «теплым», ниже 7 — «холодным».

Алгоритм действий по результатам квалификации

Высокий рейтинг (Горячий лид)	Немедленная передача BDM (Business Development Manager) для проведения презентации, демо и закрытия сделки. Цель: максимально быстрое заключение контракта.
Средний рейтинг (Теплый лид)	Передача SDR (Sales Development Representative) для дальнейшей проработки и «догрева». Цель: получение недостающей информации, устранение красных флагов, перевод лида в «горячий» статус. Возможно включение в nurture-кампанию с персонализированным контентом.
Низкий рейтинг (Холодный лид)	Включение в долгосрочную nurture-кампанию (email-рассылки, вебинары, полезный контент). Цель: поддержание контакта, формирование потребности, повышение осведомленности о продукте. Отсутствие нецелевых лидов в работе менеджеров по продажам экономит до 80% их времени (AmSales).
Нецелевой лид (Красные флаги)	Отклонение лида. Цель: не тратить ресурсы компании на заведомо бесперспективные контакты. Важно зафиксировать причину отказа для анализа и корректировки маркетинговых активностей.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу



 rocketlab.bz

 [@rocketlab](https://t.me/rocketlab)