



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Чек-лист для квалификации B2B-сделки (NEAT/BANT)

Практический фреймворк для оценки перспективности B2B-сделки на ранних этапах

Введение: Зачем нужна квалификация сделки?

В B2B-продажах, особенно при работе со сложными продуктами, цена ошибки высока, а цикл сделки может занимать от двух месяцев до года. Неэффективное распределение ресурсов на неперспективных клиентов приводит к потере времени и снижению конверсии. Данный чек-лист, основанный на методологиях NEAT (Needs, Economic Impact, Access to Authority, Timeline) и BANT (Budget, Authority, Needs, Timeline), поможет вам быстро оценить потенциал сделки и сосредоточиться на наиболее прибыльных возможностях.

Использование этого фреймворка на ранних этапах взаимодействия с клиентом позволяет:

- Определить реальную потребность клиента в вашем продукте/услуге.
- Оценить финансовую готовность и наличие бюджета.
- Выявить и установить контакт с лицами, принимающими решения (ЛПР).
- Понять временные рамки клиента для внедрения решения.

Эффективная квалификация сделок способствует сокращению цикла продаж, повышению конверсии и оптимизации работы отдела продаж.

1. Needs (Потребности)

- ☐ Описана ли клиентом конкретная проблема/боль?

Например: 'У нас уходит 3 часа на обработку каждого заказа, что приводит к задержкам отгрузки.' (Источник: 'Как объяснить ценность сложного продукта...')

- ☐ Есть ли прямая цитата клиента о его боли?

Цитата: _____

- ☐ Понимает ли клиент последствия бездействия?

Например: 'Если мы не решим эту проблему, мы потеряем до 15% клиентов в следующем квартале.'

- ☐ Насколько наш продукт решает эту проблему?

Оцените от 1 (не решает) до 5 (полностью решает).

- ☐ Сформулирована ли ценность нашего предложения через боль клиента?

Пример: 'Сокращение времени обработки заказа с трёх часов до двадцати минут' вместо 'высокая скорость обработки'. (Источник: 'Как объяснить ценность сложного продукта...')

2. Economic Impact (Экономическое воздействие/Бюджет)

- ☐ Определён ли бюджет на решение?

Да/Нет. Сумма/Диапазон: _____

- ☐ Есть ли понимание ROI или потенциальной экономии?

Например: 'Мы ожидаем окупаемость инвестиций в течение 6-12 месяцев за счёт снижения операционных расходов на 20%.'

- ☐ Кто отвечает за бюджет?

ФИО/Должность: _____

- ☐ Соответствует ли наш ценовой диапазон ожиданиям клиента?

Да/Нет. Если нет, есть ли аргументы для обоснования?

- ☐ Готов ли клиент обсуждать финансовую модель или TCO?

Наличие TCO/ROI-калькулятора для финансового директора может быть ключевым аргументом. (Источник: 'Как объяснить ценность сложного продукта...')

3. Access to Authority (Доступ к ЛПР)

- ☐ Определены ли все ключевые ЛПР?

В B2B-сделках участвуют от пяти до десяти человек, у каждого свои критерии. (Источник: 'Как объяснить ценность сложного продукта...')

- ☐ Есть ли прямой контакт с ЛПР, принимающими финальное решение?

Да/Нет. ФИО/Должность: _____

- ☐ Понимаем ли мы интересы и критерии каждого ЛПР?

Например, для финансового директора важна окупаемость, для технического — интеграция, для генерального — конкурентное преимущество. (Источник: 'Как объяснить ценность сложного продукта...')

- ☐ Есть ли у нас 'чемпион' внутри компании клиента?

Чемпион — это лицо, которое активно продвигает ваше решение внутри организации клиента.

- ☐ Подготовлены ли отдельные аргументы и материалы для каждой роли ЛПР?

Например, TCO/ROI-калькулятор для финансиста, white paper для технаря. (Источник: 'Как объяснить ценность сложного продукта...')

4. Timeline (Сроки)

- ☐ Есть ли у клиента чёткие сроки для решения проблемы/внедрения?

Да/Нет. Дата: _____

- ☐ Каковы последствия задержки решения?

Например: 'Каждый месяц промедления обходится компании в X рублей упущенной выгоды/штрафов.'

- ☐ Соответствует ли наш цикл продажи срокам клиента?

Цикл сделки для сложных продуктов может занимать от двух месяцев до года. (Источник: 'Как объяснить ценность сложного продукта...')

- ☐ Зафиксирован ли следующий шаг и его сроки?

Да/Нет. Действие/Дата: _____

- ☐ Есть ли у клиента внутренний дедлайн, связанный с бизнес-процессами или внешними факторами?

Например, запуск нового продукта, окончание контракта с текущим поставщиком.

Резюме квалификации

Общая оценка сделки

Выберите: Горячая / Тёплая / Холодная

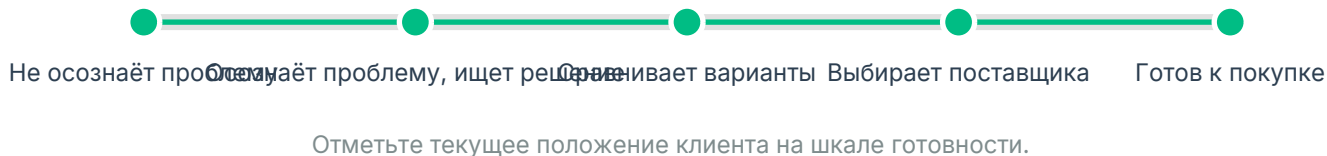
Рекомендация по дальнейшим действиям

Выберите: Продолжить / Отложить / Отказаться

Комментарии

Дополнительные замечания, риски, возможности.

Шкала готовности клиента к покупке



Больше интересного в нашем блоге

развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями



Получить пользу

