

18+

TARGET ANALYSIS

LOCATION: CONFIRMED
SOCIAL GRAPH MAPPED
RISK LEVEL: HIGH

DATA MINING

DEEP WEB
DARK DATA
PAST EXPOSURES

DIGITAL FOOTPRINT

ACTIVITY TRACKING
METADATA ANALYSIS
BEHAVIORAL PROFILE

SOCIAL ENGINEERING

PSYCHOLOGICAL OPS
INFLUENCE VECTOR
HUMAN EXPLOIT



INFORMATION
IS POWER

ЦИФРОВОЙ ХИЩНИК

Информационная разведка
и социальная инженерия в легальных сделках

Михаил Тарасов | 2026

Михаил Тарасов

**Цифровой хищник:
Информационная разведка
и социальная инженерия
в легальных сделках**

«Издательские решения»

Тарасов М.

Цифровой хищник: Информационная разведка и социальная инженерия в легальных сделках / М. Тарасов — «Издательские решения»,

Эпоха вежливых скриптов прошла. Эта книга — пошаговый боевой мануал для тех, кто устал выпрашивать сделки и готов диктовать свои условия. Вы научитесь вскрывать кассовые разрывы и судебные уязвимости контрагентов через открытый OSINT, вербовать секретарей, уничтожать конкурентов их же цифровым следом и составлять капканы в договорах. Только легальные схемы, жесткая социальная инженерия и инструменты, которые превращают открытые данные в чистый кэш. Перестаньте быть кормом — станьте хищником.

© Тарасов М.

© Издательские решения

Содержание

Введение. Эпоха голых королей	6
— Почему классические продажи умерли (и слава богу)	6
— Разница между продавцом-попрошкой и цифровым хищником	8
— Легальный OSINT: как закон о персональных данных работает на нас	10
Глава 1. Разведка боем: Парсинг клиента до первого звонка	12
— Цифровой след компании: собираем досье из открытых источников	12
— ЕГРЮЛ, ФНС и Арбитраж — бесплатные радары для поиска чужих проблем	15
— Кассовые разрывы, суды и текучка: как увидеть боль клиента до того, как он сам её осознает	17
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Цифровой хищник: Информационная разведка и социальная инженерия в легальных сделках

Михаил Тарасов

© Михаил Тарасов, 2026

ISBN 978-5-0071-2381-5

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение. Эпоха голых королей

— Почему классические продажи умерли (и слава богу)

Мы собрались на этих страницах не для того, чтобы обсуждать «экологичный бизнес». Снимите шляпы, господа коммерсанты, и давайте наконец-то спляшем на свежей могиле классических B2B-продаж. Проводим в последний путь всю эту жалкую, тошнотворную клоунаду, которую последние двадцать лет нам впаривали инфоцыгане на дорогих тренингах в Москва-Сити.

«Установите доверительный контакт», «отработайте возражения по скрипту», «найдите скрытые боли клиента», «используйте правило трех ДА», «создайте идеальную win-win ситуацию»... Какая же это оторванная от реальности чушь! Классические продажи мертвы. И слава богу. Потому что классический продавец сегодня — это не волк. Это обычная цифровая попрошайка с дешевой гарнитурой на потной голове, которая монотонно стучится в наглухо закрытые двери и молится, чтобы ей швырнули обглоданную кость.

Мы живем в цивилизованном, стерильном мире. Мы носим костюмы ручной работы, у нас панорамные окна в офисах, мы платим налоги и свято чтим Уголовный кодекс. Мы не ломаем ноги. Мы ломаем системы. Правила игры не изменились ни на йоту — изменился только инструментарий. Передел рынка идет каждую секунду, просто вместо паяльника теперь работает парсер, а вместо утюга — социальная инженерия.

Классические продавцы сидят в своих пустых, вылизанных CRM-системах, словно дети в песочнице, и судорожно дрожат на конверсию воронки. Они делают по двести холодных звонков в день, отправляют десятки тысяч спам-писем и получают 99% закономерных отказов. Они пытаются пробить бетонную стену лбом. А мы? Мы эту стену просто хакаем, находя в ней системные уязвимости.

Добро пожаловать в эпоху «Голых Королей».

Посмотри на современного генерального директора, владельца бизнеса или топ-менеджера. Он сидит в огромном кожаном кресле, перед ним последняя модель макбука, внизу на подземном паркинге стоит блестящий Майбах, а на входе в офис дежурит суровая служба безопасности с синдромом вахтера. Этот парень искренне думает, что он — король. Он уверен, что его бизнес — это неприступная крепость, а его секреты надежно спрятаны.

Но для нас, цифровых хищников, он абсолютно голый.

Его служба безопасности — это фикция. Его бухгалтер до сих пор использует ломаный софт и сидит с одного IP-адреса со всеми тремя «левыми» юрлицами, через которые они дробят бизнес. Его HR-директор судорожно вывешивает пачку вакансий на HeadHunter, по которому мой простенький скрипт на Python за секунду делает вывод: из компании массово бегут ключевые инженеры, а значит, у них жесточайший кассовый разрыв или невыплата зарплат. Его туповатая секретарша уже давно слила свою телефонную книгу в GetContact, позволив нам вытащить прямые мобильные номера всех замов. Его начальник логистики выкладывает фотки с пятничных пьянок во ВКонтакте, где на заднем фоне случайно светит накладными с печатями реальных поставщиков.

А государственные базы? Это же просто песня! Арбитражные суды (КАД Арбитраж), база приставов ФССП, ЕГРЮЛ, реестры залогов ФНП, открытые данные ФНС о среднесписочной численности и уплаченных налогах — это бесплатная, легальная, открытая книга их грехов, долгов и страхов. Бизнес сам оставляет за собой кровавый цифровой след, по которому хищнику остается только дойти до жертвы.

И вот, на сцену выходит классический продавец Василий. Он звонит этому Голому Королю, прорывается через трех секретарей и начинает зачитывать скрипт: *«Здравствуйте, Иннокентий Петрович. Мы молодая, динамично развивающаяся компания, хотели бы предложить вам аудит вашей IT-инфраструктуры. У нас гибкие цены и индивидуальный подход!»*. Что делает Иннокентий Петрович? Он зевает, бросает трубку и добавляет номер Васи в черный список. Потому что Вася — никто. Вася — шум.

А теперь работает Цифровой Хищник. Мы не звоним вхолостую. Перед тем как набрать номер, мы собираем на компанию цифровое досье. Мы знаем, что три дня назад налоговая заблокировала им счет в Альфа-Банке на сумму 15 миллионов. Мы знаем, что от них ушел главный подрядчик, подав иск в суд на 5 мультков. Мы знаем, что сам Иннокентий Петрович недавно развелся и сейчас делит имущество, поэтому он нервный и ему срочно нужен кэш.

Мы обходим секретаршу не уговорами, а социальной инженерией: звоним от имени курьерской службы при суде и ледяным тоном требуем уточнить личный мобильный номер гендиректора для передачи срочной досудебной претензии. Секретарша «плывет» от страха и диктует цифры.

Мы звоним Иннокентию Петровичу на личный. И мы не предлагаем «сотрудничество». Мы говорим: *«Иннокентий Петрович, день добрый. Я вижу ваш зависший суд с ООО „Рога и Копыта“ и понимаю, почему у вас сейчас горят сроки по госзаказу. У меня есть решение, как закрыть дыру в вашем бюджете за две недели, пока приставы не арестовали склады на Рязанском проспекте. Встречаемся сегодня в 19:00, или я отдаю этот ресурс вашим прямым конкурентам, которые сейчас как раз ищут способ вас добить»*.

Бум. Шах и мат.

Он не скажет «мне неинтересно». У него вспотеют ладони, забьется сердце, и он сам прибежит на встречу, принесет нам свои деньги на блюдечке. Мы не угрожали ему. Мы не нарушили закон. Мы просто взяли открытую информацию, правильно её скомпилировали и нажали на болевую точку с такой силой, что у клиента хрустнули позвонки.

Классические продажи — это искусство уговаривать. Информационная разведка — это искусство создавать условия, при которых отказ становится для клиента математически и физически невыгодным. Мы не продаем. Мы забираем то, что наше. Мы бьем точно в цель, используя их же данные против них. В этом и кроется суть цифрового хищника: пока остальные барахтаются в океане отказов, мы приходим на водопой и молча забираем самую жирную добычу. Эпоха иллюзий закончилась. Настало время тех, кто умеет читать между строк цифрового кода.

— Разница между продавцом-попрошкой и цифровым хищником

Если вы хотите понять, почему ваш бизнес буксует, а ваши сейлзы стабильно не выполняют план, просто зайдите в свой отдел продаж. Посмотрите на этих людей. Послушайте, что они говорят.

«Алло, Иван Иванович? Вам удобно сейчас говорить? Это компания „Интеграция-плюс“, мы лидеры рынка... Хотел бы отправить вам наше коммерческое предложение. Посмотрите на досуге?».

Узнаете? Это звучит в миллионах трубок по всей стране каждый гребанный день. Это голос Продавца-Попрошки. И это главная опухоль современной коммерции.

Продавец-попрошка — это существо с переломанным позвоночником. Его годами дрессировали бизнес-тренеры, внушая ему, что клиент — это бог, а сделка — это результат долгих и мучительных ухаживаний. Попрошка работает из позиции нужды. Ему нужна сделка, чтобы закрыть KPI. Ему нужен бонус, чтобы выплатить ипотеку. Он звонит клиенту снизу вверх, заискивая, извиняясь за то, что отнял время, и предлагая «скидочку».

Что при этом чувствует клиент? В бизнесе, как и в джунглях, животные инстинкты никто не отменял. Клиент чует страх и нужду. Как только Попрошка начинает заискивать, клиент моментально надевает корону. Он начинает хамить, переносить встречи, требовать неадекватных условий и выкручивать руки по цене. Попрошка радостно прогибается, отдавая всю маржу, лишь бы поставить галочку в CRM. Это не бизнес. Это благотворительность в пользу умных дядей.

А теперь забудьте всё, чему вас учили. В игру вступает Цифровой Хищник.

Цифровой хищник не просит. Он забирает. Его главное оружие — это не скрипт звонка и не лучезарная улыбка. Его оружие — информационная асимметрия.

Сегодня мы живем в легальном поле. Мы свято чтим Уголовный кодекс и носим дорогие костюмы. Мы не используем паяльники, как в 90-х. Но принципы не изменились! Вместо братков и утыгов у нас теперь Python, Shodan, Burp Suite, парсеры открытых данных и социальная инженерия.

Разница между Попрошкой и Хищником заключается в подготовке и позиционировании.

1. Слепой обзвон против Снайперского выстрела

Попрошка покупает базу 2GIS и звонит всем подряд, надеясь на закон больших чисел (и свою удачу). Конверсия — 1%.

Цифровой Хищник не делает «холодных» звонков в принципе. До первого контакта он проводит разведку (OSINT). Он использует парсеры госзакупок, чтобы найти компании, которые проиграли три тендера подряд (у них паника и нужен оборот). Он сканирует через API базы Арбитражного суда и находит тех, кому контрагенты задолжали миллионы (у них кассовый разрыв). Он заходит в систему и видит бизнес-мишень, истекающую кровью. Он бьет только наверняка.

2. «Уникальность» против Боль и Страх

Попрошка продает «уникальные преимущества продукта» — качество, сроки, гарантии. Это белый шум, который клиент слышал тысячу раз.

Хищник продает **решение конкретной, скрытой проблемы**, о которой клиент предпочитал молчать. Хищник заходит с козырей: *«Александр, я вижу по открытым данным ФНС, что у вас заблокирован счет в Сбере из-за долга в 2 миллиона, а в вашей вакансии на HeadHunter висит поиск главбуха с пометкой „срочно“. Я знаю, что у вас парализуется*

отгрузка. Мой софт автоматизирует эти процессы за 24 часа. Мы либо спасаем вас сегодня, либо завтра ваши клиенты уходят к конкурентам. Работаем?».

Это нокаут. У Александра нет времени на «подумаю». Он в шоке от того, что его просветили насквозь. Он подчиняется.

3. Схема и Лазейки: Прогиб против Жесткого Капкана

Попрошайка подписывает типовой договор, который ему подсовывают юристы клиента. В этом договоре Попрошайка должен всем, а ему — никто.

Хищник диктует свои условия. Он использует легальные юридические капканы. Например, заходя в сделку, Хищник прописывает SLA (Service Level Agreement), в котором есть хитрая лазейка: абонентская плата кажется смешной, но за досрочное расторжение или отказ от «обязательных ежегодных апдейтов» предусмотрена неустойка, превышающая годовую выручку клиента. И клиент подписывает это не глядя, потому что Хищник умело отвлек его внимание на этапе социальной инженерии, сместив фокус на «быстрое решение горячей проблемы».

4. Трюк с отчетностью (Как выйти сухим)

Если Попрошайку кинут на бабки — он пойдет плакаться в суд и годами ждать копеечки от приставов.

Цифровой Хищник страхует риски до сделки. Перед подписанием контракта мы не просто проверяем платежеспособность. Мы, как бывшие волки с Уолл-стрит, выстраиваем схему. Мы оформляем сделку не на головную компанию, а через буферное ИП или компанию-агента с нужными ОКВЭДа́ми (например, 73.20 — исследование конъюнктуры рынка). Почему? Потому что если клиент начнет вопить, что мы «незаконно собрали на него досье», мы легально прикроемся договором о проведении маркетингового исследования на базе открытых источников (OSINT). Мы абсолютно чисты перед законом. Налоговая молится на наши белые отчёты, а клиент сидит на коротком поводке.

Поймите главное: классическая продажа — это попытка переубедить. Информационная разведка и социальная инженерия — это архитектура неизбежности. Хищник конструирует ситуацию так, чтобы сделка стала для клиента единственным способом выжить.

Бизнес-мораль — это сказка для лохов, придуманная теми, кто уже монополизировал рынок, чтобы вы не лезли на их территорию. Настоящий B2B-рынок — это подпольные джунгли. Здесь выживает тот, кто умеет вытаскивать скелеты из чужих шкафов, монетизировать чужие страхи и закрывать контракты с ледяным спокойствием киллера. Вы можете продолжать улыбаться в трубку, надеясь на чудо. А можете вооружиться цифровым скальпелем, стать Цифровым Хищником и забрать у рынка то, что принадлежит вам по праву сильного. Выбор за вами.

— Легальный OSINT: как закон о персональных данных работает на нас

Если ты выйдешь на улицу и спросишь первого встречного коммерсанта, что такое закон о защите персональных данных, он начнет истерично блять про штрафы, согласия на обработку, галочки на сайтах и проверки. В их картине мира 152-ФЗ — это бетонная стена, которая защищает их унылые секретки, их базу клиентов и их драгоценных сотрудников от злого внешнего мира.

Сними розовые очки, братуха. Бетонных стен не бывает. Бывают только дураки, которые верят в их существование.

Помнишь, как в 90-е работала «крыша»? Тебе говорили: «Плати нам, и мы защитим тебя от бандитов». Но фишка была в том, что главными бандитами были те самые люди, которым ты платил. Сегодня государство выстроило идеальную цифровую «крышу» в виде 152-ФЗ. Закон вроде как охраняет приватность. Но для нас, цифровых хищников, этот закон — не препятствие. Это наш самый острый скальпель, наш таран и наша лучшая страховка.

Давай разберем эту иллюзию безопасности на запчасти. Что такое OSINT (разведка по открытым источникам)? Это не хакерство. Мы не ломаем сервера с масками Гая Фокса на лицах, мы не брутфорсим пароли от баз данных. Нам это нахрен не нужно. OSINT — это искусство подбирать то, что идиот сам выронил из кармана на оживленном перекрестке. А закон работает на нас потому, что он четко разграничивает: если человек сам сделал свои данные публичными — мы имеем полное право на них смотреть, анализировать и делать выводы.

Ты думаешь, чтобы узнать, кто принимает решения в компании-конкуренте, нужно внедрять инсайдера? Боже упаси. Я просто открываю парсер, который легально собирает данные с открытых API. Я вижу, что директор по логистике этой конторы продает свою старую «Мазду 6» на Авито. Там указан его прямой мобильный номер. В ЕГРЮЛ, который ФНС любезно предоставляет всем желающим бесплатно, я вижу его ИНН и долю в бизнесе. В базе судебных приставов (ФССП) я вижу, что у него висит неоплаченный долг по алиментам на полтора миллиона. Во ВКонтакте я вижу его геолокации и чеки из дешевых пабов.

Это личные данные? Да. Запрещено ли мне их использовать? Нет, потому что это **общедоступные источники**, которые он либо слил сам, либо которые раскрыты государством по закону.

И вот тут начинается магия. Мы берем этот разрозненный мусор, прогоняем через наши алгоритмы и получаем ядерную бомбу.

Как войти в нишу и что зацепить? Большинство «белых воротничков» боятся собирать данные, потому что их юристы говорят: «Ой, а вдруг это нарушение 152-ФЗ!». Конкуренты жуют сопли и покупают «официальные базы» пустышек, где половина номеров мертва. А мы заходим с ноги. Мы цепляем клиента за самое нежное место — за его собственные ошибки.

Куда вложить и как выйти сухим? Вкладываем бабки в прокси-сервера, несколько серверов в оффшорах для парсинга и оплату API легальных сервисов типа «Контур. Фокус» или «Спарк». Никакого даркнета. Всё в белую. Мы собираем досье на клиента и приходим к нему не с предложением «купить наши услуги», а с предложением «посмотреть в зеркало». Мы кладем на стол гендиректора папку и говорим: «Иван Иванович, мы тут проводили легальное маркетинговое исследование рынка. Ваш HR-отдел оставляет резюме кандидатов в открытых Google Docs. Ваши менеджеры по продажам пересылают паспорта клиентов в незащищенных чатах Telegram. Любой аудит РКН нахлобучит вас на 5 миллионов рублей штрафа за систематическое нарушение 152-ФЗ. А конкуренты уже, наверное, качают эту базу. Но мы можем всё это закрыть и поставить вам наш защищенный софт. Цена вопроса — 2 миллиона. Экономия на штрафах — очевидна».

Понимаешь схему? Мы используем закон о защите данных как дубину, чтобы выбивать из них кэш за защиту этих самых данных, которые мы только что легально нашли на помойке интернета! Мы продаем им страх перед законом, используя закон как гарантию нашей собственной неприкосновенности.

Стратегия захвата (Бизнес-план хищника)

Точка роста:

Массовая паранойя бизнеса перед утечками и штрафами. С каждым годом РКН закручивает гайки, штрафы растут. Чем жестче закон — тем больше паника. Чем больше паника — тем легче продавать наши решения с позиции силы. Наша точка роста — продажа «белого аудита» через демонстрацию серой реальности.

Слабые места конкурентов:

Обычные аудиторы по инфобезу приходят и просят: «Дайте нам доступ к серверам, мы проверим». Клиент сопротивляется, это долго и скучно. Мы никого ни о чем не просим. Мы проводим OSINT-аудит снаружи, не пересекая периметр компании. Это шокирует, это делается без их ведома, и это работает как ведро ледяной воды на голову. Конкуренты продают процесс. Мы продаем нокаут.

Векторы давления, схемы и лазейки:

— *Схема «Зеркало»:* Продажа консалтинга или IT-услуг через демонстрацию уязвимостей. Мы не нарушаем ст. 272 УК РФ (неправомерный доступ к компьютерной информации), потому что вся инфа найдена в Яндексе или открытых репозиториях GitHub.

— *Лазейка «Обезличивание»:* Если кто-то начинает визжать про персональные данные, мы показываем наш регламент. Все собранные данные в наших базах формально «обезличены» (мы заменяем ФИО на ID) на этапе хранения, а собираются они в целях «научной и статистической деятельности», что является прямым исключением из 152-ФЗ (ст. 6, ч. 1, п. 9). Попробуй докопайся.

— *Вектор давления «Инсайд»:* В процессе OSINT мы часто находим недовольных или уволенных сотрудников. Мы выходим на них и легально покупаем у них «консультации об устройстве бизнес-процессов в компании X». По закону — это оплата за экспертное мнение. По факту — мы легально покупаем инсайд для победы в тендере.

Трюки с отчётностью:

Чтобы вся эта схема была пуленепробиваемой для налоговой, мы регистрируем юрлицо как Аналитическое Агентство (ОКВЭД 73.20 — Исследование конъюнктуры рынка). Все затраты на парсеры, сервера и софт мы списываем как производственные издержки на сбор статистики. А клиенту выставаем счет не за «Шантаж и пробив конкурентов», а за «Комплексное маркетинговое исследование конкурентной среды с использованием открытых источников информации». Документы идеально белые. Аудиторы из большой четверки будут плакать от зависти, глядя на нашу прозрачность.

Мы живем в эпоху, где информация льется из всех щелей. Закон о персональных данных — это не щит для них. Это наша лицензия на отстрел тех, кто не умеет за собой убирать. Цифровой хищник не боится законов, он пишет инструкции по их применению в свою пользу.

Глава 1. Разведка боем: Парсинг клиента до первого звонка

— Цифровой след компании: собираем досье из открытых источников

Если ты берешь телефонную трубку, чтобы сделать первый звонок клиенту, и при этом не знаешь о нем ничего, кроме названия его ООО и имени генерального директора — положи трубку. Ты не продавец. Ты пушечное мясо. Ты слепой котенок, которого сейчас будут макать мордой в лужу возражений: «нам ничего не надо», «у нас нет бюджета», «отправьте на почту инфо-собака-хрен-вам-точка-ру».

Настоящая сделка, мой юный друг, выигрывается до того, как ты снял трубку. Она выигрывается в тишине. В мерцании монитора, когда парсеры и скрипты выкачивают цифровой след твоей жертвы.

Любой современный бизнес — это дырявое ведро. Они могут покупать дорогие фаерволы и нанимать безопасников с каменными лицами, но их данные текут отовсюду. Государство, сотрудники, контрагенты и сам владелец бизнеса каждый день оставляют в интернете жирные цифровые следы. Наша задача — собрать эти следы, упаковать их в досье и использовать как лом, против которого нет приема.

Давайте разложим эту схему по делу. Как зайти в эту нишу, что зацепить и как выйти сухим, оставив клиента без штанов, но с искренним желанием отдать вам свои деньги.

Точка роста: Архитектура легального шпионажа

В чем наша точка роста? В тотальной, беспросветной цифровой безграмотности бизнеса. 99% компаний не понимают, что их публичная отчетность — это открытая рана. Мы заходим в сделку не через парадную дверь с букетом роз. Мы заходим через черный ход, держа в руках их историю болезни.

Мы выстраиваем систему, при которой сбор информации автоматизирован. Тебе не нужно сидеть и гуглить руками. Мы настраиваем парсинг по API ключевых баз: ЕГРЮЛ, Картоoteca арбитражных дел, ФССП (приставы), Росреестр, площадки вакансий (HeadHunter) и социальные графы. Это наша точка входа. Мы создаем информационный перевес. Когда ты звонишь ЛПРУ (лицу, принимающему решения), ты должен знать о его бизнесе больше, чем его собственный финансовый директор.

Слабые места конкурентов

Как работают твои конкуренты по рынку? Они покупают «холодные базы» в интернете. Скачивают эксельку на 10 000 контактов двухлетней давности, сажают студентов на телефоны и заставляют их читать ублюдские скрипты. Их слабое место — массовость и слепота. Они стреляют дробью в небо, надеясь, что утка сама упадет им в рот.

Мы работаем как снайперы. Мы не тратим время на 10 000 звонков. Мы выбираем 10 «жирных котов», сканируем их до костей и делаем 10 выстрелов в упор. Конверсия конкурентов — 0,5%. Наша конверсия — 80%. Потому что мы бьем не в «потребность», мы бьем в кровоточащую боль.

Векторы давления: Как войти в нишу и что зацепить

Чтобы собрать досье, которое сработает как термобарическая бомба, нам нужны четыре легальных вектора давления. Четыре базы, которые выдадут нам все секреты клиента.

Вектор 1. Суды и долги (КАД Арбитраж и ФССП)

Это святая святых цифрового хищника. Заходишь в Картотеку арбитражных дел, вбиваешь ИНН клиента. Что мы ищем? Иски от поставщиков о неисполнении обязательств. Если компания выступает ответчиком и суммы исков растут — значит, у них кассовый разрыв. Они жрут оборотку. Если на них подала в суд налоговая — это вообще джекпот, клиент в панике.

Дальше пробиваем по базе приставов. Видим неоплаченные штрафы или аресты счетов? Отлично.

Как зацепить: Ты звонишь не с предложением «купить CRM-систему». Ты звонишь и говоришь: «Иван Иванович, вижу, у вас зависло 15 миллионов по суду с „ПромСтроем“, счета под угрозой. Наша система автоматизации позволит вам вытащить дебиторку за 10 дней и закрыть эту дыру до прихода приставов. Либо вы внедряете это сейчас, либо через месяц ваш бизнес встанет».

Вектор 2. Кадровые кровотечения (HeadHunter и Антиджоб)

Ничто так не выдает кризис в компании, как её вакансии. Парсим [HH.ru](https://hh.ru). Если компания резко ищет трех бухгалтеров за месяц — значит, старые сбежали от черных схем и грядущей проверки. Если висит вакансия «Антикризисный управляющий» или массово ищут дешевых сейлзов — компания идет на дно.

Обязательно парсим сайты с отзывами сотрудников (Antijob, Правдивые сотрудники). Обиженные уволенные менеджеры — это бесплатные инсайдеры. Они выкладывают в сеть всё: кто с кем спит, как выплачивают черную зарплату, где лежат сервера, и как зовут реального (теневого) владельца бизнеса.

Как зацепить: Ты используешь эти знания для социальной инженерии. Называешь в разговоре внутренние термины компании или имя теневого учредителя. Клиент понимает: ты «свой», или ты слишком много знаешь. В обоих случаях он начинает тебя слушать с открытым ртом.

Вектор 3. Цифровой след учредителей (OSINT по физлицам)

ООО — это просто бумажка. Решения принимают люди. Нам нужен пробив по ЛПРу. Берем ФИО директора из бесплатного ЕГРЮЛ. Прогоняем через Telegram-ботов, ищем его профили в VK, OK и т. д.

Зачем? Чтобы найти его слабости. Если он постит фотки с дорогих регат и яхт — давим на это и продаем ему «статусное премиум-решение». Если он подписан на паблики по жесткому тайм-менеджменту и биохакингу — продаем ему «эффективность и цифры».

Схема: Мы находим его жену или любовницу в социальных сетях, смотрим, где они отдыхают, какие у них хобби. При встрече мы невзначай роняем фразу про этот курорт или хобби. Подстройка проходит на уровне подсознания. Он думает: «Этот парень со мной одной крови!». А мы просто хорошо спарсили его бабу.

Вектор 4. Технологический рентген (Shodan и DNS-история)

Это для тех сделок, где чеки начинаются от миллиона баксов. Мы используем сервисы вроде Shodan (поисковик по интернету вещей), чтобы просканировать их IP-адреса. Мы легально видим, какие открытые порты торчат наружу, какая древняя версия Windows Server у них стоит, и какие дыры зияют в их корпоративной почте.

Как зацепить: Ты звонишь их IT-директору и говоришь: «Братан, у тебя торчит RDP порт наружу, и база 1С лежит практически без пароля. Завтра вас зашифруют мамкины хакеры. Давай мы тебе продадим наш софт по безопасности, пока гендир не узнал, что ты профнепригоден». И он сам протащит твой контракт через все согласования, лишь бы спасти свою задницу.

Лазейки и Схемы: Как вывернуть клиента наизнанку

Главная схема этой главы — «Информационная инъекция». Мы не вываливаем всё досье на клиента сразу — это спугнет его, он подумает, что мы из ФСБ, и закроется.

Мы вводим информацию дозированно, как яд.

Шаг 1. Звоним и обозначаем проблему, которую он скрывает. (Удар по эго).

Шаг 2. Показываем, что знаем причину (Удар по страху).

Шаг 3. Предлагаем решение, которое спасет его активы. (Капкан захлопнулся).

Куда вложить бабки? Вложи копейки в подписки на сервисы вроде Контур. Фокус, Спарк-Интерфакс и платные парсеры. Эти инвестиции в 10—20 тысяч рублей отобьются первой же сделкой на миллион. Данные — это новая нефть. И мы будем качать её из их пробитых труб.

Трюки с отчётностью: Как выйти сухим

Как всё это красиво легализовать, чтобы ни один мент или РКН не прикопался к нашему сбору данных? Очень просто. Мы работаем в рамках законодательства о свободе информации. Все эти реестры — открытые.

Но чтобы прикрыть задницу, мы прописываем во внутренних регламентах нашей конторы (или в договоре-оферте на сайте), что мы используем **«методы конкурентной разведки на основе исключительно общедоступных источников (OSINT) для оценки благонадежности контрагентов в соответствии с требованиями должной осмотрительности ФНС России»**.

Слышишь, как звучит? Музыка! Налоговая сама требует от бизнеса проверять контрагентов, чтобы не нарваться на фирмы-однодневки (ст. 54.1 НК РФ). Мы берем это требование налоговой и превращаем его в наш официальный щит. Если кто-то попытается предъявить нам претензии за «сбор досье», мы суем ему в нос письмо ФНС о должной осмотрительности и говорим: «Мы просто исполняем закон, защищаем экономическую безопасность». Мы выходим абсолютно сухими. Наш кэш чист, как слеза комсомолки, а схемы защищены железобетонными формулировками из их же кодексов.

— ЕГРЮЛ, ФНС и Арбитраж — бесплатные радары для поиска чужих проблем

Если вы считаете, что B2B-продажи — это умение красиво презентовать продукт в PowerPoint, закройте эту книгу и идите торговать сладкой ватой. Настоящие сделки, где крутятся десятки и сотни миллионов рублей, делаются не на презентациях. Они делаются на уязвимостях.

Любой современный бизнес похож на стеклянный дом. Владелец может повесить на дверь амбарный замок, поставить охрану и нанять дорогих адвокатов, но стены — прозрачные. И эти стены построило само государство. Речь идет о трех главных базах данных, которые открыты для любого желающего 24/7: ЕГРЮЛ (Единый государственный реестр юридических лиц), открытые данные ФНС (налоговой) и Картотека арбитражных дел (КАД).

Для обывателя это скучные государственные сайты с серым интерфейсом. Для цифрового хищника — это бесплатный радар дальнего обнаружения, который показывает, где на рынке прямо сейчас льется кровь, кто идет ко дну и кого можно взять тепленьким.

Давайте разберем эту святую троицу по косточкам.

ЕГРЮЛ: Рентген структуры и поиск реальной власти

Большинство менеджеров по продажам заглядывают в выписку ЕГРЮЛ только на этапе заключения договора, чтобы юристы поставили галочку «компания существует». Это ошибка дилетанта. ЕГРЮЛ нужно читать до того, как вы сняли трубку. Это анатомия бизнеса.

Как читать ЕГРЮЛ между строк:

— **Поиск реального ЛПР (лица, принимающего решения).** Вы видите, что генеральным директором ООО «Рога и Копыта» с миллиардным оборотом числится некий Иванов И. И. 1999 года рождения. А учредителем — оффшор или солидный дядя. Понятно, что директор — это номинал, фунт. Звонить ему и что-то продавать — пустая трата времени, он даже туалетную бумагу в офис без спросу купить не может. Ищем через учредителей реального бенефициара и бьем по нему.

— **Конфликт учредителей.** Вы видите долю 50/50 между двумя фаундерами. В российском бизнесе это мина замедленного действия. Если компания на рынке давно, скорее всего, они уже ненавидят друг друга и тянут одеяло на себя. Это идеальный вектор давления: вы можете продать одному из них решение, которое усилит его контроль над бизнесом, сыграв на паранойе.

— **«Массовые» адреса и директора.** Если в выписке красным горит пометка о недостоверности адреса или массовом руководителе — компания готовится к сливу или у нее проблемы с банками (115-ФЗ). Им сейчас не до закупки ваших тренингов или кофемашин. Но им идеально зайдет услуга «реструктуризации», юридической защиты или «обеления» бизнеса.

ФНС: Финансовый пульс и кассовые разрывы

Налоговая служба — наш лучший инсайдер. Они собирают данные о деньгах и выкладывают их в открытый доступ (через сервисы вроде «Прозрачный бизнес»).

Что мы там ищем?

— **Блокировки счетов.** Это самый горячий триггер. Если у компании висит свежая блокировка по 76 статье НК РФ (приостановление операций по счетам) — это значит, что у бизнеса паралич. Они не могут платить поставщикам, не могут выдать зарплату. Директор в панике.

— **Схема захода:** Вы звоните и не продаете в лоб. Вы говорите: «Виктор Петрович, вижу, ФНС рубанула вам счета в Альфе. Знаю, как это больно, сами через это проходили. Наша компания занимается экстренным факторингом / предоставлением займов под залог / аудитом

для разблокировки. Либо мы сейчас решаем вопрос, либо завтра у вас встанет отгрузка». Он купит всё, что угодно.

— **Финансовая отчетность.** Смотрим бухгалтерский баланс (Отчет о финансовых результатах). Если выручка растет, а прибыль падает — у них проблемы с издержками или они агрессивно демпингуют. Давим на то, что ваш продукт поможет им «сократить операционку и спасти маржу». Если компания в минусах, у них нет своих денег, и продавать им дорогой продукт бессмысленно — им нужно предлагать рассрочки или лизинг, и они на это клюнут.

Арбитраж (КАД): Театр чужих ошибок

Картотека арбитражных дел (kad.arbitr.ru) — это моя любимая мыльная опера. Здесь видно, кто кого кинул, кто кому недопоставил товар, и кто с кем судится.

Векторы давления через суды:

— **Иски от контрагентов.** Вы парсите компанию и видите, что за последний месяц на неё подали три иска о взыскании задолженности по договорам поставки. Диагноз: жесткий кассовый разрыв.

— **Иски к контрагентам.** Вы видите, что ваш потенциальный клиент (завод) подал иск на своего поставщика CRM-системы за срыв сроков внедрения.

— **Схема «Перехват»:** Это просто золотая жила! Вы звоните директору завода и говорите: «Иван Иванович, мы анализируем рынок и видим вашу судебную тяжбу с компанией „Кривые Руки“. Сочувствуем, они многих так кинули. Пока вы судитесь, ваш отдел продаж простаивает. Мы готовы поставить вам нашу CRM-систему за 3 дня с жестким SLA и оплатой только за результат. Не повторяйте старых ошибок». Конкурент уничтожен его же руками, а клиент ваш.

Точка роста и слабые места конкурентов

Точка роста всей этой схемы — в автоматизации. Пока конкуренты, как слепые котята, обзванивают справочники и надеются на скрипты «а давайте мы вам расскажем о нас», мы строим скоринговую систему. Наши продавцы не звонят тем, у кого всё хорошо. Мы звоним тем, у кого прямо сейчас горит задница, и предлагаем огнетушитель. По завышенной цене.

Слабое место обычного отдела продаж в том, что они используют проверку контрагентов только на этапе подписания договора. Безопасник проверяет фирму, чтобы сказать «можно работать». Мы же используем базы данных на этапе лидогенерации, чтобы сказать «им нужно продавать прямо сейчас, потому что они уязвимы».

Трюки с отчетностью (Легализация парсинга)

Вы спросите: а как доказать клиенту, откуда мы всё это знаем, и не сесть за коммерческий шпионаж? Легко. Мы действуем в рамках концепции «должной осмотрительности».

Мы оформляем нашу деятельность через внутренний приказ по компании: «Положение о конкурентной разведке и проверке контрагентов». Мы официально закупаем доступ к API «Спарка» или «Контур. Фокуса» (все затраты списываем на расходы, уменьшая налог на прибыль).

Если клиент начинает истерить: «Откуда вы знаете про мои суды и заблокированные счета?!», мы с ледяным спокойствием отвечаем: «Виктор Петрович, в соответствии с рекомендациями ФНС мы обязаны проверять всех потенциальных партнеров перед началом переговоров. Это открытые государственные реестры. Мы просто профессионалы, которые делают свою работу хорошо. Хотите, чтобы мы так же профессионально работали на вас?». Возражений не будет. Они уважают силу.

— Кассовые разрывы, суды и текучка: как увидеть боль клиента до того, как он сам её осознает

Большинство коммерсантов живут в иллюзиях. Владелец бизнеса может сидеть в панорамном офисе, попивать эспрессо и свято верить, что у него «временные трудности», которые вот-вот рассосутся. Он слеп. Он не видит, что его корабль уже зачерпнул бортом воду, потому что его топ-менеджеры боятся сказать ему правду, чтобы не лишиться квартальных бонусов.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.