

СЕКРЕТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ

КАК ПРОДАВАТЬ УСЛУГИ КОМПАНИЯМ

ВЫХОД
НА ЛПР

ЭФФЕКТИВНЫЕ
ПЕРЕГОВОРЫ

ОТ ПЕРВОГО
КОНТАКТА
ДО ДОГОВОРА



КОНТАКТ



ПЕРЕГОВОРЫ



ПРЕДЛОЖЕНИЕ



ДОГОВОР

ОТ ПЕРВОГО КОНТАКТА
ДО ДОГОВОРА

Елена Дым

Елена Дым

**Как продавать услуги компаниям:
от первого контакта до договора**

«Автор»

2026

Дым Е.

Как продавать услуги компаниям: от первого контакта до договора
/ Е. Дым — «Автор», 2026

Корпоративная сделка может выглядеть почти закрытой — и месяцами не двигаться к договору. «Нам всё подходит», «передали коллегам», «осталось согласовать» ещё не означают, что компания решила покупать. Эта книга показывает, что происходит между первым интересом и подписанным договором — и как управлять этим процессом. Вы научитесь находить компании, которым действительно подходит ваша услуга, понимать, кто влияет на решение, выяснять бюджет и закупочный маршрут, проводить встречи, готовить коммерческие предложения и вести переговоры так, чтобы каждый следующий шаг приближал реальную покупку. Отдельно разобраны пилоты, тендеры, 44-ФЗ и 223-ФЗ, работа с данными, экономика сделки, согласование договора и ситуации, когда выгоднее отказаться от проекта.

Задача книги — помочь превращать интерес компании не в бесконечное «согласование», а в договор на понятную, выполнимую и выгодную работу.

© Дым Е., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Введение. Предложение ушло на внутреннее обсуждение	5
Договор, который имеет смысл исполнить	6
Читатель и границы применения	7
Как читать примеры	8
Глава 1. Как устроена покупка именно вашей услуги	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Как продавать услуги компаниям: от первого контакта до договора

Введение. Предложение ушло на внутреннее обсуждение

Вера отправила коммерческое предложение в пятницу. В понедельник получила ответ: «По содержанию всё устраивает. Передали коллегам». Она отметила сделку как почти завершённую и зарезервировала две недели работы аналитика. Через месяц выяснилось, что коллеги обсуждали совсем другой вопрос: нужен ли компании внешний консультант. Никто ещё не выделил деньги, не сравнил варианты и не подтвердил, что сотрудники смогут участвовать в проекте.

В этой вымышленной ситуации нет таинственной корпоративной непредсказуемости. Поставщик и заказчик называли одним словом «согласование» разные действия. Вера понимала его как проверку готового предложения. В компании только выбирали способ решить задачу. Календарь продавца продолжал двигаться, а календарь покупателя ещё не начался.

Продажа услуги организации требует учитывать два связанных процесса. Исполнитель готовит работу, которую способен выполнить. Заказчик определяет, зачем ему эта работа, кто разрешит расходы, какие условия обязательны и как принять результат. При небольшой покупке оба процесса могут уместиться в одном разговоре с владельцем бизнеса. В сложном проекте они проходят через несколько подразделений и документов. Количество участников само по себе ничего не объясняет: важно, какие решения распределены между ними.

Мы будем разбирать именно эту связь. Как найти подходящую компанию и установить уместный контакт. Как провести встречу, на которой просьба «пришлите цену» получает конкретное назначение. Как подготовить предложение, сравнимое с альтернативами. Как обсудить деньги, данные, закупку и договор так, чтобы после подписи команда могла начать обещанную работу.

Договор, который имеет смысл исполнить

Подпись приносит бизнесу обязательство. Его полезность зависит от состава услуги, поступления денег, затрат, доступности команды и участия заказчика. Выигранная сделка способна оказаться невыгодной, если исполнитель финансирует долгую отсрочку, выполняет неучтённую подготовку или обещает результат, для которого покупатель не выделил свои ресурсы.

Поэтому в книге есть право отказаться, ограничить проект, предложить диагностику, поставить возможность на паузу. Эти решения рассматриваются по тем же фактам, что и продолжение продажи. Отказ от неподходящих условий не служит переговорным спектаклем. Он сохраняет способность выполнять подходящие заказы.

К концу чтения у вас должен быть комплект для одной конкретной корпоративной возможности: подтверждённая задача, понятные роли, требования и процедура покупки, обоснованный состав услуги, проверяемая экономика, завершённое предложение и последовательность согласований до договора. Заполнять всё для каждой сделки не требуется. Сначала вы научитесь определять, какие части действительно нужны.

Читатель и границы применения

Руководство предназначено для самостоятельных специалистов, небольших агентств, консультантов, студий, компаний по внедрению и обслуживанию, которые продают организациям профессиональную работу. Предполагается, что читатель знает свою услугу и способен оценить её исполнение. Книга помогает организовать продажу этой работы, но не обучает самой профессии.

Основной маршрут относится к частной корпоративной покупке. Для закупок по 44-ФЗ и 223-ФЗ выделена отдельная глава: там свобода общения и изменения условий ограничена соответствующей процедурой. Правовые положения используются в точках, где они меняют коммерческое решение. Реальные договоры, налоговые обстоятельства, обработка данных и специальные требования деятельности нуждаются в проверке компетентным специалистом применительно к фактической сделке.

Покупатель может узнавать об исполнителе через разные каналы, а затем переходить между сайтом, почтой, встречами и документами. Международное исследование McKinsey B2B Pulse 2024 описывает многоканальность корпоративного пути на своей выборке. Из него нельзя вывести обязательное количество каналов для конкретной компании. Для нашей задачи существенно другое: предложение должно оставаться согласованным при переходе между ними. [2]

Настройки рекламы, подробные сценарии переписки и работа с повторными заказами имеют собственные территории в серии. Здесь они появляются лишь настолько, насколько необходимы для первой корпоративной покупки. В центре остаётся организация, которой предстоит принять и исполнить решение о заказе.

Как читать примеры

Все названные в учебных ситуациях люди, компании, переговоры, суммы, сроки и результаты вымышлены. Они созданы для проверки способа рассуждать. Это не замаскированные клиентские кейсы и не сведения о средних ценах или конверсии рынка. Даже когда арифметика точна, вывод действует только при указанных предположениях.

Два случая проходят через несколько глав. В первом Вера готовит диагностический проект для производителя с двумя площадками. Во втором агентство обсуждает обслуживание сети из двадцати сервисных центров. Их назначение различается: производственный пример показывает покупку исследования перед большим изменением; пример сети — согласование полномочий и постоянного объёма услуг. Документы меняются по мере появления новых фактов. Мы будем отмечать такие изменения, чтобы ранее предположение не превратилось незаметно в окончательное условие.

Заполненные документы собраны в приложениях. В главах показано, откуда берутся их формулировки и какие ошибки они предотвращают. Образцы не предназначены для копирования с одной заменой названия клиента: собственную задачу, цену, сроки и правовую форму придётся определить заново.

Ссылки в квадратных скобках ведут к библиографии. Внешние исследования, действующие нормы и авторские способы организации работы разделены. Проверка источников проведена 17 сентября 2026 года; для конкретного применения следует перепроверять редакцию нормы и условия закупки. У авторских инструментов нет статуса обязательного отраслевого стандарта.

Начнём с покупки, которая стоит перед вами сейчас. Возможно, ей нужен короткий согласованный заказ на несколько дней. Возможно, сначала потребуется решение о том, стоит ли вообще начинать проект. Различить эти ситуации полезнее, чем готовить одинаково большую презентацию для обеих.

Глава 1. Как устроена покупка именно вашей услуги

Евгения отвечает за выпуск каталога небольшой производственной компании. Ей нужна редакторская проверка десяти страниц: исправить ошибки, согласовать обозначения и передать текст верстальщику. Она имеет право выбрать исполнителя в пределах установленного бюджета. Условия известны, материалы готовы, результат проверит сама. Редактор Лев предлагает обсудить «карту покупающей группы» и провести встречу с финансовым директором. Евгения выбирает другого исполнителя.

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.