ПРАКТИЧЕСКАЯ ПАМЯТКА

Сделка без путаницы

Бриф, смета, договор и акт

Денис Маслов

Денис Маслов

Сделка без путаницы

https://litres.ru/74983363
SelfPub; 2026

Аннотация

Практический порядок для человека, который берет разовую платную работу: текст, дизайн, настройку, консультацию или другую услугу. На одном сквозном примере разобраны бриф, смета, письмо с условиями, короткое соглашение и приемка результата. Отдельные главы показывают, как отвечать, когда задачу расширяют в переписке, и почему молчание нового клиента нельзя считать согласием. Образцы нужно заполнить своими данными. Книга не заменяет консультацию юриста и не выбирает налог.

Содержание

Как пользоваться этой памяткой 4
Один заказ, на котором видны все бумаги 6
Бриф, без которого цену считать рано 7
Как разобрать сумбурное первое сообщение 10
Конец ознакомительного фрагмента. 12

Денис Маслов
Сделка без путаницы

Как пользоваться этой памяткой

Эта памятка для человека, который договаривается о разовой услуге напрямую с заказчиком. Она подходит автору текстов, дизайнеру, настройщику сайта, репетитору, консультанту и мастеру, который чинит технику на выезде. Она не подходит для приема в штат, для продажи товара, для стройки с допуском и для услуг, где закон требует лицензию или специальный договор. Медицинские, юридические и финансовые услуги здесь не разбираются: у них свои обязательные условия.

Деньги в такой работе чаще теряются не из-за отсутствия красивого бланка, а из-за четырех дыр. Не назван результат. Не названа цена. Не сказано, сколько правок входит в цену. Приемка никак не записана. Дальше один и тот же порядок закрывает эти дыры на каждом заказе.

Сначала бриф: что именно должно появиться и чего в работе нет. Потом смета: из каких частей складывается сумма. Потом письмо или короткое соглашение: заказчик письменно принимает условия до начала работы. Потом сама работа. В конце акт или сообщение «принято». Если по ходу появ-

ляется новая задача, она не делается молча. У нее появляются своя строка, своя цена и свое отдельное «да».

Цифры в примере выдуманы. Пекарни «Тесто и корица» не существует, фамилия заказчицы тоже. Подставьте свои имена, сумму и срок. Образцы не знают ваш налог, ваш статус и внутренние правила заказчика-организации. Если сумма для вас крупная, предмет спорный или вам прислали чужой договор на несколько листов, отдайте текст юристу до того, как согласитесь. Действующий текст Гражданского кодекса сверяйте на официальном портале pravo.gov.ru. Правила по налогам смотрите на nalog.gov.ru. Эта памятка налог не выбирает.

Один заказ, на котором видны все бумаги

Дальше почти все главы идут по одному заказу, чтобы было видно, как документы связаны между собой.

Заказчица Анна Ковалева держит маленькую пекарню. Ей нужен текст главной страницы сайта. Не дизайн, не фотографии и не реклама. Четыре экрана: первый экран с обещанием, ассортимент, как заказать, контакты. Срок семь календарных дней после предоплаты и после того, как она пришлет меню и адрес. Два круга правок по этим четырем экранам входят в цену. Третий круг и любая новая страница считаются отдельной работой. Цена примера 18 000 рублей: 9 000 до старта и 9 000 после письменной приемки. Результат передается файлом документа в тот же чат, где согласованы условия. Приемка устроена так: в течение трех рабочих дней Анна пишет «принято» или присылает список несоответствий брифу.

Этот абзац и есть скелет сделки. Следующие главы только раскладывают его по документам. Если на вашем заказе скелет не собирается, работу начинать рано, даже если клиент торопит.

Бриф, без которого цену считать рано

Бриф — это список фактов, а не рассказ клиента о мечте. Пока фактов нет, любая сумма будет гаданием. Отправьте вопросы одним сообщением. Не начинайте платную работу, пока ответы не лежат в том же чате.

Десять вопросов закрывают обычную разовую услугу.

Первый. Что должно появиться в конце: файл, текст, консультация, настройка или ремонт конкретной вещи.

Второй. Чего в работе нет. Этот пункт важнее первого. Клиент легко додумывает соседние задачи и считает их частью той же цены.

Третий. Кто смотрит результат и по какому признаку говорит, что это именно то, о чем договорились.

Четвертый. Календарный срок и от какой даты он считается.

Пятый. Сколько кругов правок входит в цену.

Шестой. Какая просьба уже считается новой задачей, а не правкой.

Седьмой. Какие материалы дает клиент и в какой день.

Восьмой. Куда вы отдаете результат.

Девятый. Можно ли показать работу в портфолио и можно ли называть заказчика.

Десятый. Кто платит, какими частями и в какой момент.

Плохой ответ на первый вопрос звучит так: «Нужен нормальный сайт, чтобы люди шли». Из этой фразы нельзя понять, пишете вы текст, рисуете макет или еще и запускаете рекламу. Рабочий ответ звучит так: «Нужен текст четырех экранов главной страницы. Дизайн, фотографии и реклама не входят».

На примере пекарни заполненный бриф выглядит так.

Результат: текст четырех экранов главной страницы. На каждом экране заголовок, короткий абзац и примечание, какую фотографию поставить.

Не входит: дизайн, верстка, фотосъемка, логотип, страница банкетов, тексты для социальных сетей, реклама.

Принимает результат Анна Ковалева. Признак приемки: текст покрывает четыре названных экрана, не обещает скидок и сроков доставки, которых нет в присланном меню, и выдерживает два согласованных круга правок.

Срок: семь календарных дней с даты, когда пришли предоплата, меню и адрес пекарни. Если меню опаздывает, срок сдвигается на столько же дней.

Правки: два круга. Круг — это один список замечаний по уже сданным экранам. Замечание «перепишите заголовок первого экрана» входит в круг. Просьба «добавьте страницу банкетов» не входит.

Материалы: меню в документе, адрес, часы работы, телефон. Срок материалов: два дня с даты письма с условиями.

Передача: документ в этот же чат.

Портфолио: текст можно показать через 14 дней после приемки, название пекарни можно называть.

Оплата: 18 000 рублей. 9 000 до начала работы. 9 000 в течение трех рабочих дней после сообщения «принято».

Пока такого блока в переписке нет, окончательную смету лучше не обещать. Можно сказать: «Цену назову после ответов, сегодня работу не начинаю». Это не грубость. Это граница, без которой вы продаете не услугу, а надежду клиента.

Как разобрать сумбурное первое сообщение

Первое сообщение редко приходит в виде брифа. Чаще оно выглядит так.

«Привет. Нам надо наконец сделать сайт, а то стыдно. Бюджет небольшой, но если зайдут клиенты, потом еще закажем. Хочется современно, со вкусом и чтобы в поиске были первые. Фотографии потом скину, меню и так понятное. И листовки заодно: у нас акция на выходных. Можете сегодня начать?»

В этом сообщении нет результата, который можно сдать. Слово «современно» нельзя проверить. Обещание первых мест в поиске брать нельзя: его не из чего выполнить текстом четырех экранов. Фотографии и меню еще не переданы, значит срок не из чего стартовать. Листовки — вторая задача. «Бюджет небольшой» — не цена. «Сегодня начать» — рано.

Ответ, который не обрывает разговор и не сажает вас в бесплатную работу, может быть таким.

«Могу начать с текста главной страницы: без дизайна, без листовок и без обещания места в поиске. Чтобы назвать цену и срок, нужны меню, адрес и ответ, сколько экранов делаем. Сегодня начать не могу: нет ни объема, ни предоплаты. Если удобно, ответьте на вопросы, которые пришлю следом.»

После этого и отправляйте десять вопросов. Не отправляйте вместо них готовую скидку. Скидка не заменяет предмет работы.

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.