



- Сопредседатель ЧРО бизнес-объединения «Деловая Россия», руководитель Комитета по развитию бизнеса в Челябинской области
- Член Общественного совета при Администрации города Челябинск
- Профессиональный управляющий по маркетингу и продажам на B2B рынке
- Сертифицированный бизнес-тренер по управлению, продвижению и продажам на B2B рынке, обучил более 5000 сотрудников коммерческого блока

Рудаков
Антон Владимирович
Сопредседатель
ЧРО ООО «ДЕЛОВАЯ РОССИЯ»



Член общественного совета при
Администрации г. Челябинска



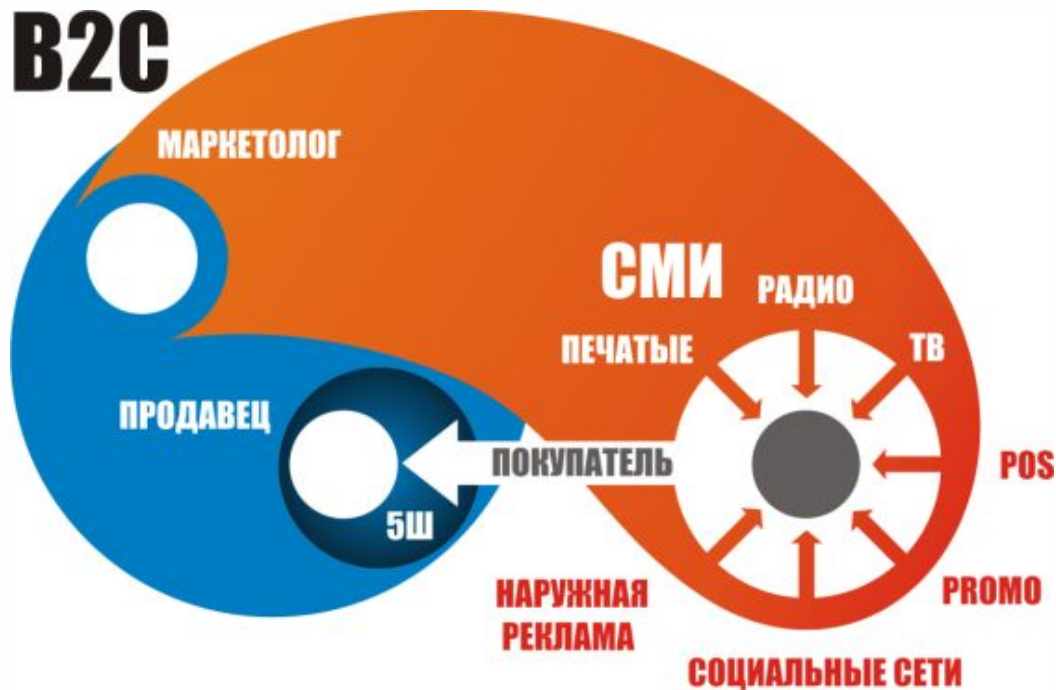
+7 912 405-52-55 | ra@vukkp.ru

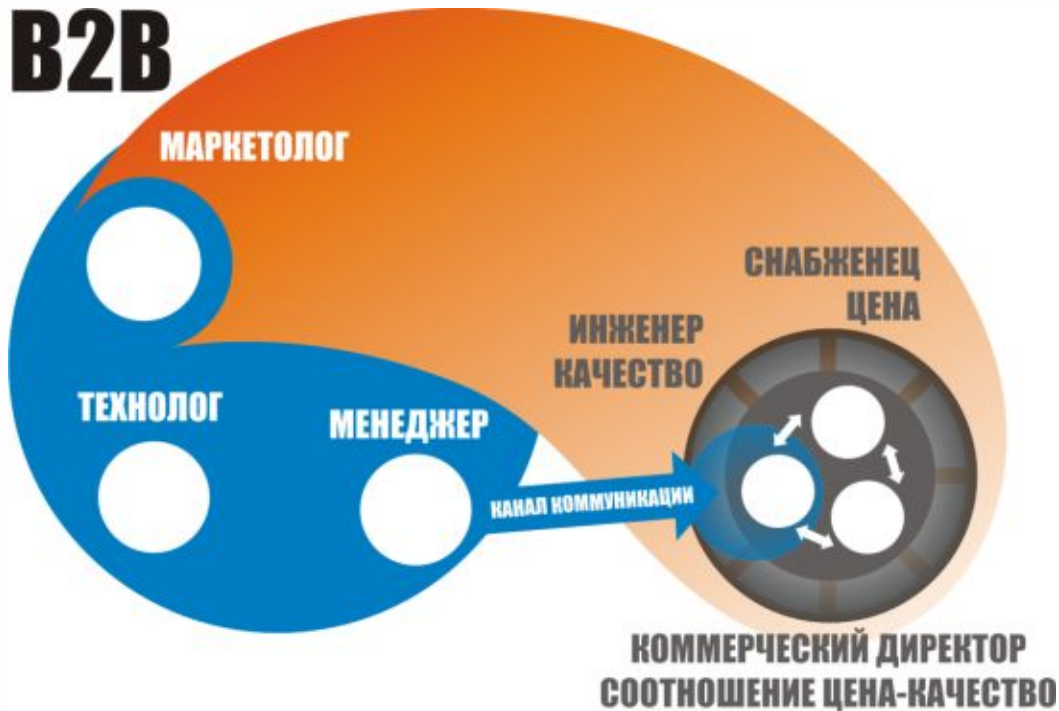
ДЕЛОВАЯ
РОССИЯ

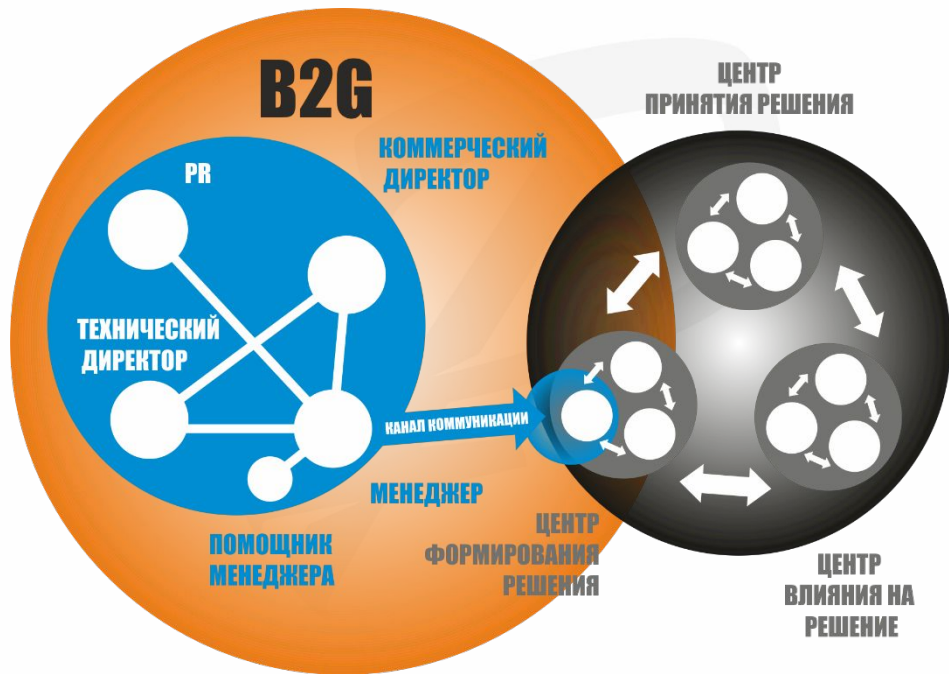
Мы делаем дело!

- Расширение деловых контактов
- Продвижение Вашего бизнеса
- Увеличение базы клиента
- Инвестиционная поддержка
- Взаимодействие с органами власти

+7 (351) 210-02-80 | www.deloros74.ru







НИЗКАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ СПРОСА. Спрос на многие товары и услуги промышленного назначения неэластичен (изменение цены не влияет на уровень спроса).

МЕНЬШЕЕ ЧИСЛО ПОКУПАТЕЛЕЙ. Продавец товаров для предприятий в сравнении торговцем товарами широкого потребления обычно имеет дело с ограниченным числом покупателей.

РАЦИОНАЛЬНЫЕ, А НЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ. Учитывая наличие функциональных мотиваций, ЛПР требуются персональные аргументы для их защиты, передавать эмоции при отстаивании своих профессиональных интересов и обязанностей они не будут.

СДЕЛКИ, РАСТЯНУТЫЕ ВО ВРЕМЕНИ. С одной стороны, главный недостаток B2B рынка - разносторонняя система принятия решения, которая увеличивает время сделки, с другой она является главным преимуществом менеджера в вопросе привлечения и удержания клиента.

МЕНЕДЖЕР - КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ. Основная задача маркетолога и менеджера - не продать, а создать комплекс продвижения из контактных инструментов, через которые

РАБОТА С БЮДЖЕТНЫМИ ДЕНЬГАМИ. Менеджер должен понимать сезонность выделения денежных средств и быть готовым к определенному уровню бюрократизма.

СТАТУСНЫЕ КЛИЕНТЫ. Практически все ЛПР считают себя государственными заместителями и требуют личного поощрения за сам факт нахождения их на данной

ПРОФЕССИОНАЛИЗМ СНАБЖЕНЦЕВ. Товары для нужд предприятий закупают профессионально подготовленные специалисты, в обязанности которых входит следование политике закупок компании, соблюдение определенных ограничений и требований. Задача процесса закупки обычно определяется как **"Приобретение необходимых товаров в нужном количестве по нужной цене с доставкой в нужное время и место"**.



Секмент рынка и критерий оценки	Сумма сделки	Периоды закупа	Годовой объем закупа	Стоимость привлечения клиента	Стоимость удержания клиента	Уровень знаний в канале сбыта
Сырьевой, FMCG	2	5	5	4	2	1
Средства производства	5	1	4	5	5	3
Запчасти, компоненты, элементы системы	3	3	4	3	3	4
Простые услуги	1	5	2	4	4	1
Информационные услуги	2	3	2	3	3	4
Интеллектуальные услуги	2	2	2	5	5	5

1. Суммировать значение оборота.
2. Отсортировать БД по уменьшению оборота.
3. Выделить группу А, 80% оборота.
4. Выделить группу В, 80% от оставшихся 20% оборота.
5. Выделить группу С.

Дата	Клиент	Оборот	Кол-во в группе	Средний вес

