Холодный поиск по-новому: 7 шагов к стабильному потоку B2B-лидов

Искать клиентов становится всё сложнее: конкуренция на открытых площадках растёт, а старые источники работают всё хуже. Сегодня важно находить компании там, где их потребность только формируется. Этот материал покажет, как выстроить системный поиск клиентов и отсеять нецелевые компании, оставив только тех, кто готов к покупке прямо сейчас.

1 шаг

Где искать клиентов: не только в базах

Базы – не единственный источник. Используйте открытые реестры, коммерческие каталоги, карты и платформы мониторинга изменений. Это позволит выстроить системный поиск клиентов с нуля, опираясь на свежие контакты и реальные бизнес-процессы компаний.

2 шаг

Смена фокуса: на что смотреть

Регион и ОКВЭД уже не дают нужного результата. Чтобы находить клиентов, когда входящих заявок не хватает, смотрите на динамику: рост выручки, расширение штата, запуск нового направления. Ищите спрос в моменте, а не по устаревшим карточкам. Посмотреть, какие изменения происходят в компаниях, можно в специальных системах, например, в СПАРК.

3 шаг

Как отобрать качественные лиды: признаки готовности к покупке

Не каждое изменение – повод для звонка. Обращайте внимание только на те сигналы, которые говорят о потребности: появление новых кодов ОКВЭД, смена гендиректора, резкий рост дебиторки или победы в госзакупках. Так вы не тратите время на нецелевых клиентов и оставляете только компании, готовые к покупке.

4 шаг

Выбор приоритетов: кому звонить в первую очередь

Обратите внимание на компании, которые масштабируются, пересматривают подрядчиков или ищут финансирование для роста. Они наиболее открыты к общению – до того, как появится открытый тендер. Именно здесь ваше предложение сработает быстрее и даст лучший результат.

5 шаг

Поиск ЛПР: как выйти на того, кто принимает решение

Не пишите на общую почту. Анализируйте вакансии и структуру отдела: наняли логистов – ищите руководителя склада, запускают ВЭД – выходите на коммерческого директора или закупки. Контакт с нужным человеком ускоряет сделку и повышает шанс на диалог.

6 шаг

Первый контакт: контекст вместо скриптов

Замените шаблонные фразы на формулу:

увидели событие → почему это актуально для вас → короткий вопрос

Пример:

«Заметили расширение вашего автопарка. Ускорить загрузку техники поможет... Подскажите, сейчас это в приоритете?» Такой подход говорит о ценности для собеседника: вы пришли с решением под его ситуацию, а не с общим предложением.

7 шаг

Организация работы: от сигнала до результата

Выстроить систему проще, чем кажется.
Минимальная цепочка:

сигнал → контакт → отбор → следующий шаг → результат

Ведите таблицу контактов, планируйте повторные звонки и удаляйте неактуальные компании. Системный подход превращает «холодный поиск» в предсказуемый канал продаж.

Если хотите автоматизировать этот процесс и получать готовые тёплые лиды на постоянной основе – подключите CMAPT X. Сервис собирает и анализирует данные о бизнесе, помогает находить компании в момент формирования спроса и исключает рутину ручного обзвона.
Вы занимаетесь только закрытием сделок – а CMAPT X берёт на себя сбор, фильтрацию и подготовку клиентов.

smart·x

→ Узнать больше