

11 июня 2025

# Как отличить «теплый» лид от «холодного»: искусство квалификации в ИТ-продажах

Продажи B2B-решений в ИТ — это марафон, где цена ошибки на старте особенно высока. Когда менеджер неправильно квалифицирует лид, компания может потратить месяцы на неэффективные переговоры.

[Исследования](#) подтверждают: 71% лидов теряют свою ценность именно из-за некорректной оценки, при этом sales-специалисты [тратят](#) 50-60% рабочего времени на обработку заведомо неперспективных контактов.

Ситуация усложняется тем, что в ИТ-продажах цикл принятия решений особенно длительный. По данным [RAIN Group \(2022\)](#), только 24% лидов действительно готовы к покупке. Остальные либо просто собирают информацию, либо откладывают решение на неопределенный срок.

При этом 68% компаний не имеют формализованных критериев оценки, работают интуитивно, тогда как организации с четкой системой квалификации лидов в 2-3 раза чаще достигают плановых показателей.

## ЧТО НА САМОМ ДЕЛЕ ДЕЛАЕТ ЛИД «ТЕПЛЫМ»

Стандартная типология лидов от [SiriusDecisions](#) выделяет три категории:

1. Маркетинговые лиды (MQL) — те, кто проявляют интерес, но еще не готов к взаимодействию.
2. Квалифицированные для продаж (SQL) — лиды, которые соответствуют базовым критериям готовности к сделке.
3. Продукт-квалифицированные (PQL) — люди, которые активно тестируют решение.

Но как на практике отличить «теплый» лид от просто вежливого собеседника?

**Признак 1: Клиент осознает свою проблему.** Ключевое отличие — это осознанность проблемы. Если потенциальный клиент говорит: «Мы теряем 30% лидов из-за плохого контроля в воронке» — это принципиально отличается от фразы «Нам интересны CRM-системы». В первом случае клиент прошел этап изучения рынка и ищет конкретное решение, во втором — только начинает этот путь.

**Признак 2: Готовность обсуждать бюджет.** Один из важных индикаторов готовности лида к сделке — это обсуждение бюджета. Согласно исследованию [McKinsey](#), 83% провальных сделок в ИТ связаны именно с несоответствием финансовых ожиданий. «Теплый» лид всегда готов обсудить конкретную сумму или диапазон бюджета. Если клиент уклоняется от разговора о деньгах, скорее всего, решение отложено на неопределенный срок.

**Признак 3: Вовлеченность третьих лиц в сделку.** Особенность ИТ-продаж — в количестве вовлеченных лиц. В [среднем](#) в процессе участвует 6,8 стейкхолдеров. Если клиент готов организовать встречу с финансовым директором или CIO — это сигнал, что процесс покупки движется в правильном направлении. Уклончивые ответы вроде «Мы сами разберемся» часто означают, что процесс затянется.

**Признак 4: Реальные шаги, а не просто вежливость.** Ошибка многих менеджеров — принимать вежливость за интерес. Типичная ситуация: после презентации ИТ-директор задает уточняющие вопросы и говорит: «Очень перспективно, давайте останемся на связи». Опытный менеджер понимает, что это повод задать прямой вопрос: «Какие следующие шаги с вашей стороны?» или «Нужно ли согласование с другими отделами?»