

## **Задание: поиск и привлечение маркетологов на модель «% от сделки»**

### **1. Цель:**

Привлечь **маркетологов-практиков**, готовых продвигать мои B2B-услуги **исключительно за процент от оплаченных сделок**, обеспечивая полный цикл: трафик, лидогенерация, первичные звонки, квалификация лидов.

### **2. Требуемый конечный результат**

Исполнитель обязан предоставить:

- **40–60 кандидатов**, найденных через прямой поиск и размещение объявлений.
- **15–20 отобранных маркетологов**, соответствующих критериям ниже.
- **Проведённые переговоры** и подтверждённая готовность работать за процент.
- **Подписанные договоры** с минимум 10 маркетологами.
- **Финальный отчёт** в таблице: ФИО, контакты, ссылки, опыт, компетенции, комментарии, статус.

### **3. Критерии отбора маркетологов**

Каждый кандидат должен соответствовать следующим требованиям:

- **Опыт в B2B:** услуги, консалтинг, сложные продукты.
- **Готовность работать за процент** без фиксированной оплаты.
- **Навыки трафика:** таргет, контекст, лидогенерация, партнёрские каналы.
- **Умение вести первичные звонки** и квалифицировать лидов.
- **Работа строго в правовом поле.**
- **Адекватная коммуникация**, отсутствие токсичности.

### **4. Подробное описание продвигаемых услуг (для передачи маркетологам)**

Исполнитель обязан донести до каждого кандидата полное и корректное понимание того, **что именно он будет продвигать, какой ценности продукт несёт клиентам, почему модель «% от сделки» выгодна, и какие типы клиентов дают высокий чек.**

#### **4.1. Общая логика продуктовой линейки**

Маркетолог продвигает **высокодоходные B2B-услуги**, направленные на рост, защиту и развитие бизнеса. Услуги имеют **высокий средний чек**, что делает процентную модель **финансово привлекательной** для исполнителя.

Основные направления:

- **Стратегический консалтинг**
- **Привлечение инвестиций**
- **Создание партнёрских и агентских сетей**
- **Рост продаж без рекламы**
- **Локализация и запуск новых направлений**

Каждое направление имеет понятный результат, измеримые KPI и юридически чистую модель работы.

#### **4.2. Стратегический консалтинг**

Маркетолог должен объяснять потенциальным клиентам:

- Это **высокоэкспертная услуга** для собственников и топ-менеджеров.
- Основные задачи: диагностика бизнеса, стратегия роста, оптимизация процессов, повышение маржинальности.
- Клиенты — компании с оборотом от 50 млн до 3 млрд Р.
- Средний чек: **от 300 000 до 3 000 000 Р.**
- Маркетолог получает процент с **каждой оплаченной консультации или проекта.**

#### **4.3. Привлечение инвестиций**

Кандидат должен понимать:

- Услуга включает подготовку материалов, финансовые модели, упаковку проекта, поиск и привлечение инвесторов.

- Клиенты — компании, которым нужно 20–500 млн Р для развития.
- Средний чек: **от 500 000 до 5 000 000 Р.**
- Маркетолог получает процент **с каждой оплаченной консультации или проекта.**
- Услуга востребована, цикл сделки — 1–3 месяца.

#### 4.4. Создание партнёрских и агентских сетей

Маркетолог продвигает:

- Построение офлайн-каналов продаж.
- Создание сети партнёров, агентов, представителей.
- Настройку процессов, KPI, юридических моделей.
- Клиенты — компании, которые хотят масштабировать продажи без рекламы.
- Средний чек: **от 250 000 до 2 000 000 Р.**

Маркетолог получает процент **с внедрения и последующих контрактов.**

#### 4.5. Рост продаж без рекламы

Кандидат должен донести:

- Это уникальная услуга: рост продаж **без онлайн-трафика**, без рекламы, без серых схем.
- Используются офлайн-каналы, партнёрства, системные инструменты.
- Клиенты — бизнесы, уставшие от дорогой и неэффективной рекламы.
- Средний чек: **от 200 000 до 1 500 000 Р.**
- Маркетолог получает процент **с внедрения и результата.**

#### 4.6. Локализация и запуск новых направлений

Маркетолог объясняет:

- Услуга включает анализ рынка, юридическую подготовку, поиск партнёров, запуск операционной модели.
- Клиенты — иностранные компании, российские производители, инвесторы.
- Средний чек: **от 500 000 до 4 000 000 Р.**
- Маркетолог получает процент **с проекта и последующих контрактов.**

#### 4.7. Почему маркетологу выгодно работать за процент

Исполнитель обязан донести ключевые выгоды:

- Высокий средний чек → высокий процент.
- Услуги востребованы в кризис и рост.
- Клиенты — собственники и топ-менеджеры, принимающие решения быстро.
- Нет мелких чеков, нет «мелких» клиентов.
- Маркетолог получает процент **с каждой сделки**, а не разовую оплату.
- Возможность вести 3–5 проектов параллельно.

**Маркетолог получает от 10%, но не менее 20 000 рублей с каждого клиента.**

#### 4.8. Что маркетолог НЕ делает

Важно донести ограничения:

- Не требуется работать с низкочечками.
- Не требуется работать с серыми схемами.

### 5. Обязанности исполнителя

#### 5.1 Поиск кандидатов

Исполнитель обязан:

- **Подобрать площадки** (Telegram-чаты, фриланс-биржи, комьюнити).
- **Разместить объявления** в 10–15 источниках.
- **Провести прямой поиск** по ключевым словам и профилям.

#### 5.2 Коммуникация и отбор

Исполнитель обязан:

- Провести первичные интервью по предоставленному скрипту.
- Проверить компетенции и кейсы.
- Согласовать условия работы за процент.

### 5.3 Юридическое оформление

- Организовать подписание договора (онлайн).

### 5.4 Отчётность

- Собрать финальный отчёт в таблице.
- Обновлять статус ежедневно.

## 6. Контроль качества

Исполнитель обязан:

- Исключить кандидатов без реального опыта.
- Исключить тех, кто требует фикс. оплату.
- Исключить серые схемы, арбитраж без прозрачности, фейковые кейсы.
- Проверять коммуникацию и адекватность.

## 7. Сроки и оплата

- Срок выполнения: **21–30 дней**.
- Оплата: после привлечения **10 маркетологов**, готовых работать по модели «% от сделки».

Дополнительные материалы и информация предоставляется по запросу.