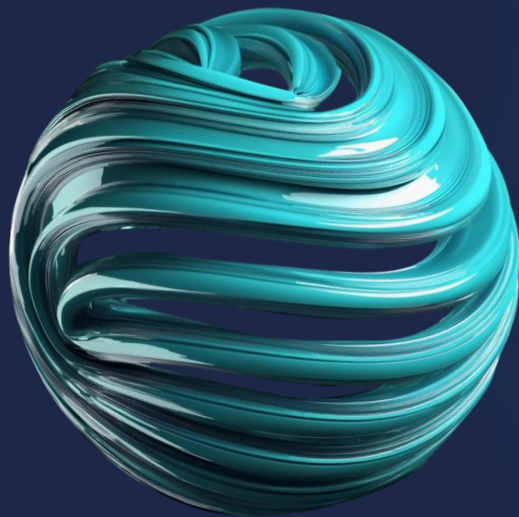
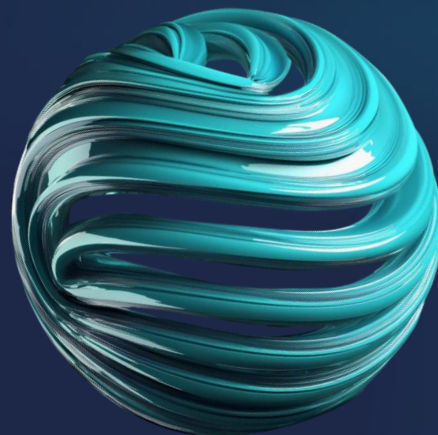




центр экспертизы и дистрибуции  
цифровых технологий



центр экспертизы и дистрибуции  
цифровых технологий

# Что такое B2B партнёрский канал продаж

насколько в нём всё не просто и почему он неизбежен

**Сергей Игнатов**  
Директор по развитию  
перспективных направлений



©Axoft, Все права защищены



## ○ Дистрибуция

Эволюция продаж  
технологических решений в B2B и  
B2G

- Какие вопросы приходится решать при работе в B2B
- Кто влияет на процесс и решение

Проблема масштабирования  
бизнеса для  
высокотехнологичных решений

- Почему нельзя просто залезть в крупного заказчика

Как устроен партнёрский канал  
продаж

- Какие бывают партнёры
- Что для них важно

Что такое дистрибьютор и какую  
роль он занимает

- Неочевидные факты о дистрибьюторах

Что не подходит для такого  
канала продаж

- В каких случаях строить партнёрский канал рано или нецелесообразно

# Ахофт в цифрах

22 года на ИТ-рынке

24% CAGR 10 лет

X8 рост



показатели 2025 года

**61+ млрд руб.**  
оборот

**23 представительства**  
в 7 странах присутствия

**37 000+**  
заказчиков

**540+**  
сотрудников в мире

**3 300+**  
активных партнеров

Сертификат качества  
**ISO 9001**

**1 500+**  
Вендоров в портфеле

**1-ая публичная**  
ИТ ГК в России

- Особенности работы в B2B и B2G

# Организация как Заказчик

– Задача трёх тел.

Множество центров интересов и влияния, призванных обеспечивать устойчивость компании, но создающих сложности в применении и технологий и продуктов.

## Центры влияния и принятия решений

Бизнес / выгодоприобретатель от работы продукта



Эксплуатант



Комплаенс / Служба Безопасности / Юристы



Информационная безопасность



Пользователи / операторы



Финансовая служба/ бюджетный комитет



# ○ Путь от стартапа до вендора

|                             |                                        |                               |                                            |                                           |
|-----------------------------|----------------------------------------|-------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Идея                        | Исследование рынка                     | Сборка прототипа (MVP)        | Проверка гипотез на заказчиках-энтузиастах | Стратегия и целеполагание                 |
| Разработка продукта (RnD)   | Рыночное позиционирование              | Производство и упаковка       | Управление клиентским опытом               | Техническая поддержка L3                  |
| Выход на целевых заказчиков | Презентация и демонстрация             | Сайзинг и проектирование      | Испытания и конкурентные обоснования       | Проектная и продуктовая документация      |
| Финансирование проекта      | Документооборот и закупочные процедуры | Доставка и передача заказчику | Пусконаладочные работы и интеграция        | Постпродажная техническая поддержка L1–L2 |
| Управление продлениями      | Кросс-продажи и доп. продажи           | Лидогенерация                 | Продвижение бренда                         | Управление партнёрским каналом            |



○ Путь от стартапа до вендора

**СТАРТАП**

Как собирать **дебиторку**?

Как **масштабировать** **техподдержку** без ущерба репутации?

Как **успевать согласовывать** сотни договоров и допников?

Как вовремя **продлить контракт**?

Как **привязаться к продажам** партнёров?

Как развивать сделки в регионах **без открытия офисов в регионах**?

**Кто откроет двери** в заказчика?

Как успеть всем **качественно ответить**?

Как сохранить **лояльность клиентов** и расширить потребление продуктов?

Как получать предоплату, когда заказчик требует **рассрочку**?



# Заказчик

=

**сложный комплекс интересов**

бизнес, эксплуатанты, безопасники, комплаенс, закупки, методология, юристы, финансы

и ещё множество неожиданных интересов внутри

# Путь от стартапа до вендора



- Какие знания скрыты в партнёрском канале?

## Торгово-сервисный партнёр

- реселлер
- интегратор
- консалтер
- сервис провайдер
- заказной разработчик

Компании, использующие продукты вендоров для формирования собственных решений или просто перепродающие их в свою базу заказчиков.

Обладает устоявшимися связями как с организацией, так и с персоналиями внутри заказчика.

Обладает информацией о заказчике:

Бюджеты



ЛПР и стейкхолдеры



Внутренние боли



Текущая ИТ- и ИБ-инфраструктура



Корпоративные стандарты



Внутренние бизнес-задачи



## ○ Региональный рынок



**1%** Инсорсеры крупных корпораций

**4%** Крупные партнёры  
(крупные системные интеграторы)

**10%** Средние партнёры  
(интеграторы, сервис провайдеры)

**85%** Мелкие партнёры  
(реселлеры, интернет магазины)

Москва

Регионы

65%

бюджетов

35%

22%

партнёров и заказчиков

78%

Россия



**210 000+** компаний  
в ИТ-отрасли всего

**20 000+** компаний  
занимающихся поставками,  
консалтингом, внедрением,  
заказной разработкой, сервисами  
и т.д. – потенциальные торговые и  
проектные партнёры  
**Ещё больше персонала со  
своими интересами!**

**10 000+** вендоров  
претендующих на внимание  
заказчиков и партнёров  
<https://reestr.digital.gov.ru/>

# Путь от стартапа до вендора



# Путь от стартапа до вендора



- Какие знания скрыты в канале дистрибьютора?

## Дистрибьютор

– агрегатор информации, ресурсов и сервисов партнёрского канала, призванный обеспечить масштабируемость, непрерывность и устойчивость бизнеса.

Специализированная компания, обеспечивающая инфраструктуру для партнёрских организаций и способствующая эффективному продвижению технологий, продуктов и услуг.

Обладает информацией о партнёрах:

КТО, ЧТО, КОГДА и через кого покупал?



В чьих руках ключи от заказчика?



Кто какими компетенциями и опытом обладает?



Кто готов инвестировать в новые направления?



Какие комплексные проекты ведут партнёры



Расстановка сил вендоров на рынке



- Стоп-факторы построения дистрибьюции через партнёров

## 2-х уровневая дистрибьюция

Распределение ролей в процессе продаж, где эффективность в перерасчёте на одного человека падает, но компенсируется количеством, широтой и массовостью присутствия

Когда рано идти в канал

Продукт не отделим от консалтинга вендора



Прямые продажи вендора конкурируют с партнёром



Нет повторяемости результата в пилотах



Нет собственных продаж с выходом в деньги



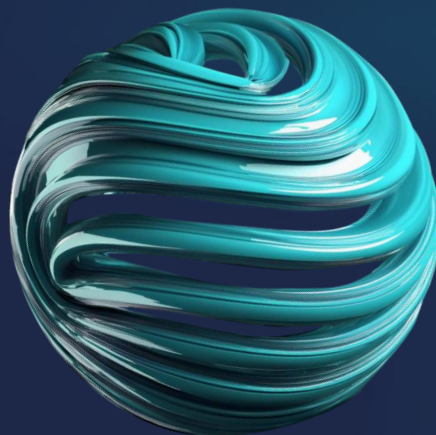
Нет готовности быть регулятором и арбитром



Нет готовности делиться маржой и защищать партнёра



**AXOFT®**



центр экспертизы и дистрибуции  
цифровых технологий

**Спасибо за внимание!**

©Axoft, Все права защищены

AXOFT



Центр экспертизы и дистрибуции  
цифровых технологий

AXOFT



Центр экспертизы и дистрибуции  
цифровых технологий

AXOFT



Центр экспертизы и дистрибуции  
цифровых технологий

AXOFT



Центр экспертизы и дистрибуции  
цифровых технологий

AXOFT



Центр экспертизы и дистрибуции  
цифровых технологий