

21.08.2025

Тайный покупатель в B2B: задачи, подходы и особенности

techart.ru

| research.techart.ru

Регистраций: 53 (компаний – 45), в т.ч.:
- 43,4% новых слушателей
- 22 топ-менеджера
- 17 постоянных (4+) слушателей программы
- 8 с вопросами и обратной связью



Ключевые компетенции «Текарт»

Консалтинг

- стратегия и стратегирование
- диагностика, бизнес-девелопмент
- трансформация
- цифровизация
- маркетинг
- организационное развитие
- бизнес-математика



Бизнес-аналитика

Интегрированный
маркетинг

Дизайн

IT-решения
и веб-разработка

Оргразвитие

Создание
контента

25

лет на рынке бизнес-аналитики, маркетинга и digital

20 000

выполненных проектов

39 000+

клиентов и партнеров в экосистеме «Текарт»

4 место

рейтинга «Маркетинговый консалтинг» RAEX

160

сотрудников в штате

ТОП 100

в рейтинге работодателей Headhunter*

* среди компаний до 250 сотрудников



Программа непрерывного образования для руководителей по маркетингу

Основные треки программы:

Маркетинг (комплексное продвижение, SMM, SEO и т. д.), реклама

Martech, аналитика (технологии, данные, автоматизация, цифровые сервисы)

Дизайн, веб-разработка, контент, фото, видео

Маркетинговый анализ и стратегия

Организационное развитие

3

года работы

7 000+

участников из 1 900 компаний

31

спикер

550

пользователей [платформы](#)

План вебинара

03

1. Коммуникации в B2B
2. Классы задач, решаемые с помощью Mystery Shopping
3. Анализ / мониторинг коммерческих условий
 - 3.1. Планирование / сопровождение закупок
 - 3.2. Проверка достоверности данных
 - 3.3. Определение соответствия товара заявленным характеристикам и подленности
4. Аудит системы продаж
 - 4.1. Анализ партнерской сети продаж
 - 4.2. Анализ собственной сети продаж
5. Исследование рынка
6. Легенды и лайфхаки
 - 6.1. Виртуальный образ «тайного покупателя»
 - 6.2. Лайфхаки. Способы коммуникации
7. Резюме

Коммуникации в B2B

04



Классы задач, решаемые с помощью Mystery Shopping / Тайного покупателя



Анализ / мониторинг коммерческих условий

- мониторинг цен / ставок / условий сотрудничества
- углубленный ценовой анализ
- анализ цепочки поставок
- сопровождение тендерных закупок



Аудит коммерческой деятельности

- аудит собственного отдела продаж
- оценка деятельности партнеров



Исследование рынка

- поиск поставщиков продукции / услуг
- углубленный конкурентный анализ
- выбор позиционирования / получение инсайтов по развитию

Анализ / мониторинг коммерческих условий

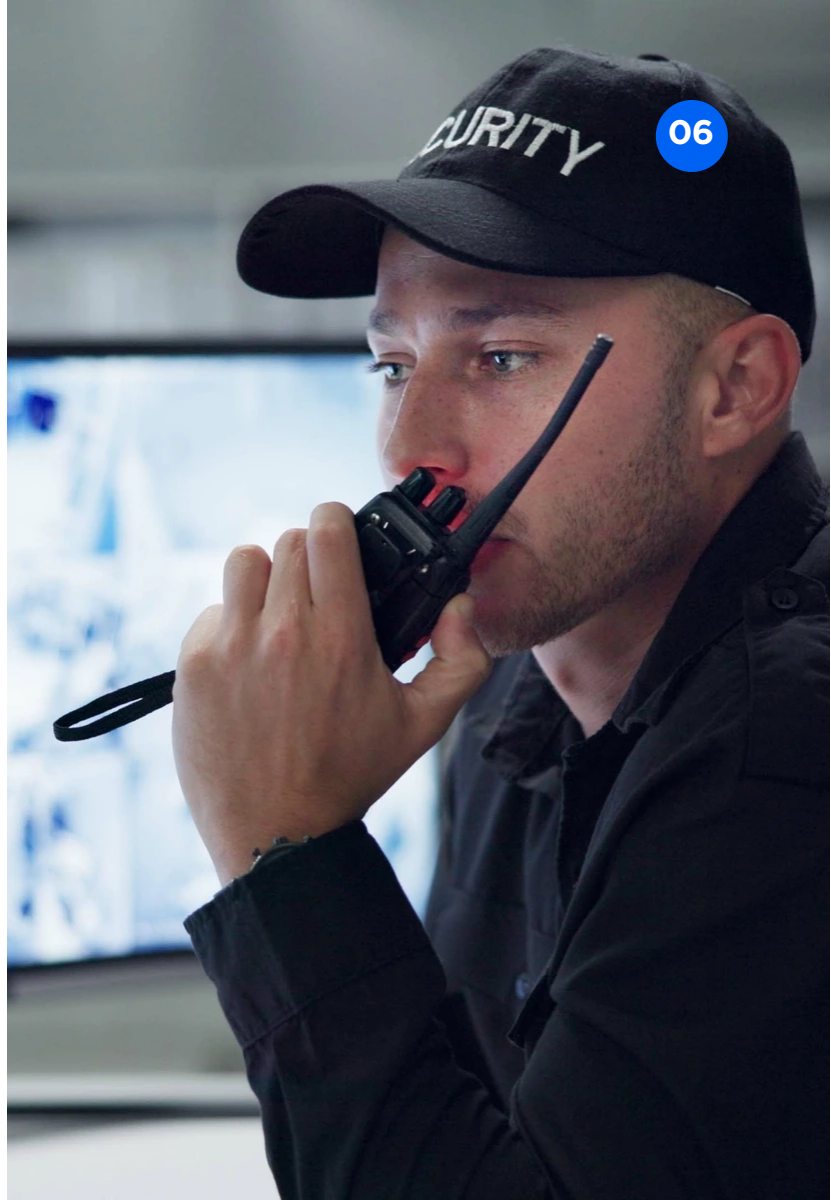
1. Планирование / сопровождение закупок

Кейс #1 — Мониторинг цен на услуги ЧОП

Ключевая цель — оценка потенциальных затрат в рамках формирования бюджета

Решаемые задачи:

- оценка рыночных условий
- обновление пула поставщиков
- пересмотр коммерческих отношений с действующими поставщиками



Анализ / мониторинг коммерческих условий

Кейс #2 — Мониторинг цен на химическую продукцию

Ключевая цель — проверка обоснованности текущих затрат

Решаемые задачи:

- обоснование и проверка цен
- поиск альтернативных поставщиков и продукции
- прогнозирование затрат
- обеспечение прозрачности цепочки поставок



Анализ / мониторинг коммерческих условий

2. Проверка достоверности данных

Кейс #3 — Оценки стоимости и ликвидности груза застрахованной грузоперевозки

Ключевая цель — экспертная оценка в рамках судебного разбирательства

Решаемые задачи:

- аудит текущих рыночных цен на продукцию, аналогичную застрахованному грузу
- формирование базы данных потенциальных потребителей для оценки спроса
- сбор информации о весе и технических характеристиках груза



Анализ / мониторинг коммерческих условий

Кейс #4 — Оценка закупок на соответствие рыночным условиям

Ключевая цель — экспертная оценка в рамках судебного разбирательства

Решаемые задачи:

- ретроспективный анализ цен
- проверка соответствия поставщиков заявленным характеристикам
- экспертное заключение о соответствии



Анализ / мониторинг коммерческих условий

3. Определение соответствия товара заявленным характеристикам и подлинности

Кейс #5 — Анализ закупок на соответствие товарной номенклатуре

Ключевая цель — мониторинг цен и аудит соответствия
товарных позициям заявленным характеристикам

Решаемые задачи:

- аудит рыночных цен
- проверка соответствия поставщиков заявленным характеристикам
- экспертное заключение о соответствии



Аудит системы продаж

1. Анализ партнерской сети продаж

Кейс #1 — Мониторинг и оценка работы официальных дилеров

Ключевая цель — оценка соблюдения рекомендованных розничных цен и качества обслуживания

Решаемые задачи:

- аудит отделов продаж
- оценка соблюдения партнерами рекомендованных розничных цен
- оценка качества обслуживания



Аудит системы продаж

2. Анализ собственной сети продаж

Кейс #2 — Мониторинг и оценка собственного отдела продаж

Ключевая цель — оценка эффективности и продуктивности менеджеров по продажам

Решаемые задачи:

- выявление наиболее и наименее эффективных менеджеров
- оценка продуктивность sales-процесса
- оптимизация воронки продаж



Исследование рынка

Кейс #1 — Исследование рынка мельничных комплексов для нерудных материалов

Ключевая цель — подтверждение лидерства компании-заказчика на рынке

Решаемые задачи:

- выявление производителей оборудования, соответствующего заданным характеристикам (крупность помола, производительность)
- анализ опыта поставок фокусного оборудования (стабильные / единичные поставки, рост / сокращение производства)
- оценка объемов продаж конкурентов



Исследование рынка

Кейс #2 — Конкурентный анализ систем автоматизации подбора персонала

Ключевая цель — получение инсайтов по доработке / развитию продукта Заказчика

Решаемые задачи:

- определение базового функционала
- анализ возможностей и условий индивидуальных доработок
- оценка уровня техподдержки
- изучение процесса внедрения



Исследование рынка

Кейс #3 — Анализ рынка, поиск и отбор потенциальных партнеров для оптовой поставки топлива

Ключевая цель — предварительная квалификация потенциальных партнеров для тендерного отдела

Решаемые задачи:

- формирование базы данных партнеров
- оценка технического оснащения компаний
- анализ опыта оказания релевантных услуг (типы компаний, объемы поставок)
- определение географии деятельности



Исследование рынка

Кейс #4 — Анализ рынка услуг по обращению с документами

Ключевая цель — формирование маркетинговой стратегии работы на рынке

Решаемые задачи:

- анализ позиционирования услуг («самопрезентация»)
- уточнение базового набора услуг и специфики их оказания
- выявление наличия нестандартных услуг / сервисов или других УТ
- определение отраслевой специализации и типового «портрета» клиента
- выявление и анализ специальных предложений для различных типов клиентов
- оценка модели продаж и работы менеджеров



Исследование рынка

Кейс #5 — Анализ промышленных решений виртуальной реальности

Ключевая цель — анализ принципов ценообразования на фокусном рынке

Решаемые задачи:

- оценка конкурентной среды (кол-во компаний, типы, масштабы)
- анализ возможностей и релевантного опыта
- сбор информации о затратах (часы, ставки) на изготовление нового продукта
- «бонус»: рыночные инсайты от компаний-разработчиков (состояние рынка, конкуренты, механизм ценообразования)



Исследование рынка

Кейс #6 — Конкурентный анализ методом «тайный покупатель»

Ключевая цель — маркетинговое исследование перед выходом на рынок с собственным решением

Решаемые задачи:

- фиксация стоимости продуктов через коммерческие предложения
- сбор общей информации о продукте на основе открытых источников
- фиксации действий менеджеров при запросе предложения, переговорах (реакция на звонок, сроков подготовки коммерческого предложения и т. п.)

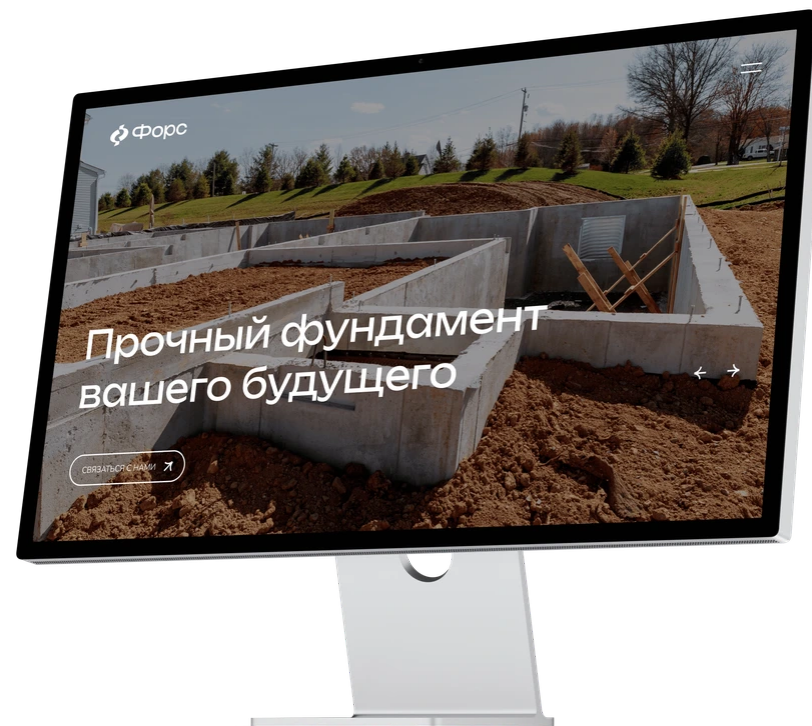


Легенды и лайфхаки

19

1. Виртуальный образ «тайного покупателя»

- Уникальный дизайн и контент
- Детальная история и описание деятельности
- Актуальные новости и публикации
- Корпоративный сайт
- Почта
- Телефон
- Документы
- Фото- и видеоматериалы



Легенды и лайфхаки

20

2. Лайфхаки. Способы коммуникации

Способ №1

«Замученный сотрудник»



Способ №2

«Я в этом ничего не понимаю»



Способ №3

Big Boss



Резюме

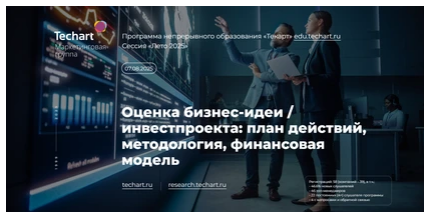
21

1. Коммуникации в B2B — источник первичной информации в маркетинговых исследованиях.
2. Mystery Shopping («Тайный покупатель») — не только способ получить КП, но и коммуникационная методика маркетингового исследования в B2B.
3. Предметом «закупки» в Mystery Shopping может быть практически что угодно, даже уникальные товары / услуги.
4. «Заход» от лица потенциального клиента зачастую является единственным способом получения информации.
5. При правильном подходе (легенда, общение) и умении «слышать» даже в случае классического Mystery Shopping можно получить рыночные инсайты.
6. Mystery Shopping является неотъемлемой частью проектов по выводу продукта на рынок или разработке маркетинговой стратегии.



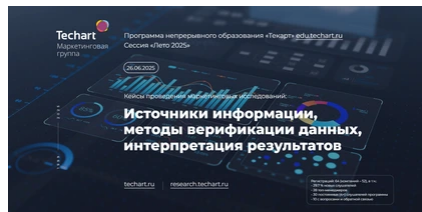
Наши материалы по теме

22



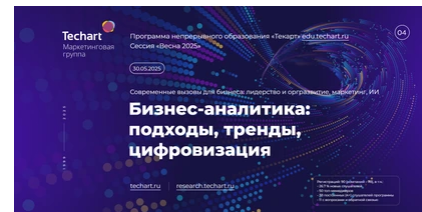
07.08.2025

[Оценка бизнес-идеи /
инвестпроекта: план действий,
методология, финансовая модель](#)



26.06.2025

[Кейсы проведения маркетинговых
исследований: источники
информации, методы верификации
данных, интерпретация результатов](#)



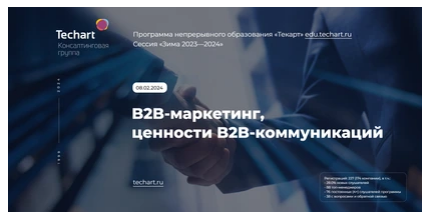
30.05.2025

[Бизнес-аналитика: подходы, тренды,
цифровизация](#)



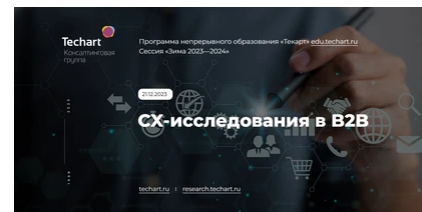
25.07.2024

[Product Discovery](#)



16.02.2024

[B2B-маркетинг, ценности B2B-
коммуникаций](#)



21.12.2023

[CX-исследования в B2B](#)

Персональное консультационное мероприятие по теме этого вебинара

Особенности:

- ✓ Будем разбирать именно ваши кейсы
- ✓ Ответим на любые вопросы
- ✓ Подсветим специфику ниши
- ✓ Максимально адаптируем контент под потребности компании
- ✓ Дадим конкретные рекомендации и инструкции
- ✓ Подготовим пошаговое руководство для решения проблемы

Программа может быть реализована в различных вариантах:

- вебинар;
- семинар / лекция;
- мастер-класс;
- стратсессия;
- круглый стол, мозговой штурм;
- диагностическая / консультационная сессия;
- деловая игра.

Форматы:

онлайн, оффлайн, гибрид.

Длительность:

от 1 часа до 2 дней.

При необходимости мы можем собрать комбинацию из нескольких удобных вам вариантов обучения.

Интересуюсь

**Анастасия Кондрашина**Руководитель проектов,
ведущий аналитикkondrashina@techart.ru**Юрий Стёпин**Руководитель направления
«Бизнес-мониторинг»stepin@techart.ru**Релевантные услуги «Текарт»:**

- Исследования рынков
- Конкурентный и ценовой анализ
- Отраслевой мониторинг
- Оценка востребованности нового продукта или услуги
- Оценка потенциала рынка
- Анализ возможностей развития бизнеса
- Поиск новых ниш для бизнеса

+7 495 790 75 91

Маркетинговая группа «Текарт»

techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR

promo.techart.ru

IT-решения и веб-разработка

web.techart.ru

Дизайн-бюро

design.techart.ru

Креативное агентство

creative.techart.ru

Фотоагентство

photo.techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование

research.techart.ru

Работа в «Текарт»

hr.techart.ru

Образовательная программа

edu.techart.ru[TechartPulse](#)Рабочий пульс: проекты,
кейсы, публикации[Techart_ru](#)Системное развитие
бизнеса[Edu_Techart](#)Непрерывное образование
для директоров по маркетингу