

Александр Гуськов

ТЕНДЕРНЫЕ ПРОДАЖИ

ПЕРВАЯ КНИГА О ТЕНДЕРАХ НА ЧЕЛОВЕЧЕСКОМ ЯЗЫКЕ



Как продавать на тендерах

что угодно

Информация этой книги уже принесла

23 500 000 000 рублей!!!

четвертое издание



Александр Геннадьевич Гуськов

Тендерные продажи.

Первая книга о тендерах на человеческом языке

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=48798882

Тендерные продажи. Первая книга о тендерах на человеческом языке:

ISBN 978-5-370-04565-3

Аннотация

Если вы мечтаете о том, чтобы Ваш бизнес наконец-то вырос из малого или микробизнеса в большой и сильный, начните изучение темы тендерных продаж с этой книги. Получив новые знания, вы сможете с максимальной эффективностью продавать любой товар, работы или услуги на российских электронных тендерах, оптом и в розницу. Узнаете, как построить тендерный отдел с вашим минимальным участием и без рисков. А если вы уже начали внедрение тендерного канала – поймете, что делали до сих пор неправильно и как достичь максимизации выручки. Эта книга станет главным ориентиром для собственника бизнеса, который стремится к извлечению максимальной прибыли из своего дела в России.

Содержание

Благодарности	6
Почему я решил написать эту книгу	9
Об авторе	11
Что такое тендер в современной России	13
Кто может участвовать в тендере по закону	19
Кому можно продавать через тендеры. Сколько денег зарабатывается на тендерах сегодня	22
Какой товар можно продавать на тендерах – для какого бизнеса подходит этот канал продаж	29
Участие в тендерах в кризис: отложить или самое время внедрять?	32
Конец ознакомительного фрагмента.	33

Александр Геннадьевич Гуськов Тендерные продажи. Первая книга о тендерах на человеческом языке

© А.Г. Гуськов, 2017

© ООО «Омега-Л», 2019

© ООО «Книжкин Дом», оригинал-макет, 2019

Три причины прочитать эту книгу

- Узнать, как продавать на тендерах абсолютно любой товар оптом и в розницу.
- Понять, как построить действительно большой бизнес в России, забыв о холодных звонках и построении стандартного отдела продаж.
- Избежать критичных ошибок при открытии тендерного направления в своей компании – с самого начала все делать правильно! Эта книга станет для Вас главным ориентиром при внедрении тендерного направления продаж. Она приведет Вас к первой победе уже через несколько недель после внедрения техник, которые в ней описаны.

Книга отвечает на главные вопросы для собственника бизнеса:

- как выиграть тендер?
- как сделать так, чтобы это повторилось много раз?
- как сделать тендеры прибыльным каналом продаж в кратчайшие сроки?
- как «уволить» собственника и контролировать тендерные продажи удаленно?

Благодарности

Эта книга была написана благодаря многим людям – моим друзьям, учителям, клиентам и партнерам.

Больше всего я ценю в людях трезвость в принятии решений, логичность и последовательность в поступках. Мои клиенты – самые логичные и целеустремленные люди нашей страны. Они трезво смотрят на вещи, не оглядываются на чужой негативный опыт и делают свое дело открыто и смело зарабатывая при этом отличные деньги там, куда многие боятся даже соваться.

Я очень рад, что во многом благодаря моей деятельности и тому, какую информацию несут мои ученики в мир, наша страна становится лучше и в ней с каждым днем становится комфортнее жить.

Каждому партнеру я благодарен за терпение и отдачу, которые мы вместе вложили в общее дело – развитие культуры тендерного дела в России.

Глядя на итоги многолетнего труда, который вложен в эту книгу, я могу с уверенностью сказать, что каждая ее глава написана не зря.

Каждая глава создавалась с целью описать отдельные принципы и техники нашей любимой работы.

Но особенную благодарность я хотел бы выразить моим родителям – Ольге и Геннадию Гуськовым, которые терпели-

во поддерживают все мои начинания и верят в меня несмотря ни на что. А также моей любимой жене, которая является моей основной опорой и в жизни, и в бизнесе. Как самый лучший друг.

Посвящаю свою первую книгу нашей дочке Алисе, которая родилась во время ее написания.



«Компании участвуют в тендерах не потому, что

*они большие. Они стали большими, начав участвовать
в тендерах»*

А. Г. Гуськов

Почему я решил написать эту книгу

В нашей стране изначально не было отношения к тендерам как к виду продаж. Это было что-то о... «заключении контрактов», «получении госзаказа», «договоренностях», «формальностях». Понимание, что таким образом любая компания может хорошо зарабатывать на жизнь, появилось только в недавнее время.

Сам термин «тендерные продажи» я впервые использовал во время подготовки своей обучающей программы – «Интенсив по тендерам» – всего несколько лет назад.

Наверное, именно из-за полного отсутствия понимания сути вопроса, в нашей стране до сих пор нет книг по тендерным продажам. Есть книги по «тендерным закупкам», «госзакупкам» и проч. Но и их, к сожалению, пишут не собственники бизнеса и не руководители направлений, которые отвечают за продажи своей головой, прибылью и зарплатой.

В лучшем случае я вижу книги, которые подходят к вопросу с точки зрения закона. В них куча ссылок на статьи, куча терминов и всяких юридических заумностей, непонятных для простых людей. Как всё проходит на практике, авторы этих книг не знают, и как внедрить тендерные продажи в реальную жизнь – тоже мало себе представляют. Об этом

говорит даже тот факт, что одну и ту же книгу они адресуют и заказчикам, и поставщикам. А у них ведь в корне разнонаправленные интересы!

И в этом большая проблема. Ведь читателю, как правило, важно понять, как внедряются тендерные продажи с точки зрения бизнеса: какую прибыль ожидать, как на самом деле тендеры проходят, какие есть риски, расходы, подводные камни, сколько нужно сотрудников для всего этого....

В книге, которую Вы держите сейчас в руках, я хочу рассказать о тендерах именно как о виде продаж. Нормальном, настраиваемом виде продаж, используя преимущества которого, можно вывести любую компанию на новый уровень.

Я хочу рассказать о внедрении данного канала продаж в реальный бизнес и поговорить о тендерах со стороны моего практического опыта как человека, который лично участвовал в более чем 800 тендерах и курировавшего более 1000 тендеров моих клиентов. И я буду раскрывать Вам смыслы и техники этого вида продаж без прикрас и заумностей.

Я уверен, что именно такой должна быть книга для предпринимателя – откровенной, честной, написанной на простом человеческом языке.

Об авторе

ГУСЬКОВ АЛЕКСАНДР ГЕННАДЬЕВИЧ

- Генеральный директор Первого тендерного центра «Партнер», создатель и руководитель проекта www.ptc-partner.ru.
- Имеет огромный личный опыт подготовки и организации конкурсных торгов и иных тендерных процедур (более 800), в том числе международных, с 2003 года.
- Опытный пользователь электронных торговых площадок (B2BЕnergo, Фабрикант, Сбербанк-АСТ, ЕЭТП, ЗаказРФ, ММВБ, РТС-ТЕНДЕР и др.), инструктор-аукционист.
- В течение 2007–2011 гг. возглавлял Отдел конкурсных торгов крупной подрядной организации, со штатом более 700 человек.
- Организовал участие и выиграл тендеры у крупных заказчиков: ОАО «Концерн Энергоатом», ГУП «Московский Метрополитен», ОАО «Мосэнерго», ФГУП «Канал имени Москвы», МГУП «Мосводоканал», ОАО «РАО ЕЭС России», ОАО «ФСК ЕЭС», ОАО «Московская теплосетевая компания», ОАО «ТГК-1», ОАО «ТГК-2», ОАО «Гидро-ОГК» и многих др.
- **Стоимость подписанных контрактов по результатам побед на тендерах: от 100 000р. до 250 000 000 руб.**

- **Результат учеников: заключенных контрактов (выигранных тендеров) – уже более чем на 23,5 млрд. руб.(!)**

- **Аттестованный юрист (второе высшее образование – юридическое, первое – техническое).**

- **Опытный бизнес-тренер. С 2007 года провел более 700 обучающих программ по тематике госзакупок, коммерческих торгов, тендеров.**

- **Является лидирующим практикующим спикером крупнейших форумов для предпринимателей – DNBD в Сколково, PTF, SalesUp, ICDF, B2B Basis и др. по теме тендерных продаж.**

- **Создал и поддерживает единственное в России Сообщество победителей тендеров в количестве более 4000 человек.**

- **Ведет личное наставничество для нескольких компаний-участников тендеров одновременно.**

Что такое тендер в современной России

В нашей стране на законодательном уровне до сих пор нет понятия «тендер». Есть общепринятое мнение, что такое тендер, как и кто его организует и как все проходит.

Но, к сожалению, это мнение основано на недостоверной информации, которую муссируют СМИ в огромном количестве. Главная проблема людей, которые решили внедрить тендерные продажи, – это обилие информационного мусора, мешающего начать внедрение данного вида продаж у себя в организации в правильном ключе.

Если Вы подумаете, откуда Вы раньше брали информацию, Вы поймете, что главным источником для Вас были и остаются средства массовой информации. Это любители все представлять в черных тонах. И это касается абсолютно любого вопроса. Например, ведение бизнеса в России – это ужас, здоровье в России – это ужас. Любую тему СМИ коверкают до ужасного состояния. Причина этого – очень интересная особенность большинства людей: чем хуже информация, тем больше людей она привлекает и тем дороже рекламные места на телевидении.

Есть прекрасная юмористическая книжка на эту тему, она называется «Приключения какашки». Если Вы ее не чита-

ли, рекомендую прочесть. Суть книжки в том, что какашка ищет свой дом и в конце концов находит его... в телевизоре. Поэтому, если Вы слышали о тендерах из СМИ, то можете выбросить эту информацию из головы, она на 100 % не соответствует действительности.

Следующий источник – это всевозможное кино про бизнес, в том числе кино о том, как организуются госпроекты, тратятся бюджетные деньги, т. е. о том, как проходят тендеры в России.

К моему глубокому сожалению, в подобных фильмах все очень красиво снято, но также сильно оторвано от реальности. Я работал и в большой компании (со штатом более 700 человек), и в маленькой, строил свой бизнес с «нуля», и теперь точно знаю, что образ российского бизнеса из кино не соответствует реальному – это больше художественные фильмы. Суть такова, что чем хуже и ужаснее сценарий, тем больше сборов он принесет. Соответственно, на этот источник тоже, к сожалению, нельзя ориентироваться.

Еще один источник – Интернет. Там тоже сегодня есть целая куча советов «как выиграть тендер». К сожалению, как правило, не представлены результаты деятельности от этих советов.

Также есть множество курсов со всякими штрафными «пугалками». Авторы этих курсов рекламируют их, включая в программу всевозможные ужасы из серии «как не попасться на штрафы», «избежать ответственности» и проч.

Важно понимать, что курсы по тендерам бывают двух видов – для тех, кто «продает» (на тендерах) и для тех, кто «покупает» (через тендеры). Те, кто покупает, – это заказчики, в основном государственные заказчики. Для них как раз есть огромные штрафы, всевозможные законы, которые важно соблюдать, чтобы не попасться на штрафы. А те, кто продает, – это поставщики и подрядчики. Для них никаких штрафов нет. Самые крупные неприятности, которые могут случиться с ними, – их просто снимут с тендера, и при этом они даже не потеряют деньги. Максимум, что можно потерять – это время.

Ни в коем случае никому не рекомендую изучать все эти источники или читать ужасные истории из Интернета из серии «Мы участвовали в тендере – ничего не получилось», потому что:

Все вышеперечисленные источники (СМИ, мусор из Интернета, кинематограф и т. д.), мягко говоря, неправдивы. 99 % предлагаемой информации является недалекой интерпретацией непрофессионалов;

Если Вы читаете истории «бывалых», у которых ничего не получилось, имейте в виду, что неудачников всегда больше, чем тех, у кого что-то получается (было бы странно, если бы всё было наоборот). Таких людей вокруг масса и у них есть две главные беды: первая – это отсутствие нужной информации о том, как что-то сделать у себя в жизни, чтобы стало хорошо, и вторая – это просто лень, банальная лень поменять

что-то в своей жизни, в бизнесе, в работе.

К сожалению, это и есть главный тормозящий фактор для большинства.

Вывод – не слушать тех, у кого не получилось. Изучайте тех, у кого получилось.

Именно поэтому я со своей командой несколько лет назад создал сообщество победителей тендеров. Это сообщество активное, мы встречаемся каждый месяц, делимся опытом. Лучше учиться у них. И у меня в том числе.

Тендерные продажи – это такие же продажи как любые другие. Есть много преимуществ тендерных продаж по сравнению со всеми остальными видами продаж. И особенно много преимуществ, Вы не поверите, у государственных тендеров! В этой книге все эти преимущества мы будем разбирать, и Вы сможете примерить их к Вашему бизнесу.

Для ясности, дам свое определение для новичков в этой теме «Тендер – это конкурентная процедура выбора одного поставщика (подрядчика) среди нескольких под конкретный заказ по параметрам, определенным в техническом задании тендера (ТЗ) и тендерной документации».

Звучит немного заумно, но на самом деле все просто. Тендер от обычной продажи отличается следующими признаками.

- **Это формальный отбор, т. е. в нем есть четкие правила и все документируется.**

Если в «обычной жизни» Вы можете выбрать любого по-

ставщика – скажем, поставщика воды в ваш офис, то в случае, если Вы организуете тендер, Вы должны будете все фиксировать в протоколах, документах и т. п. И, как Вы понимаете, никто не будет «париться» с формальностями на 100 рублей. Поэтому тендеры в основном организуются, чтобы закупать что-то оптом или на большие суммы, например, от 100 000 рублей и выше.

• **Это конкурс между несколькими продавцами одного товара/работы/услуги.**

Тот, кто организует тендер, называется «заказчик», а тот, кто участвует в тендере – «участник». Очень часто неграмотные в этом деле специалисты называют всех «участниками» тендерного процесса, а на самом деле «участники» там только одни – поставщики или подрядчики, которые подают заявки на тендер, с целью выиграть его и получить заказ. «Заказчик» же не является «участником» тендера, он его организует.

• **Заказ достается победителю тендера. Победитель определяется исходя из минимальной цены и/или других параметров.**

В дальнейших главах я расскажу, как определить, по каким правилам проводятся различные виды тендеров. Но сразу оговорюсь, что абсолютно все тендеры организуются с целью сэкономить при покупке.

• **Каждый участник тендера заранее знает цену заказа и может не подавать заявку на тендер, если она**

ему невыгодна.

При этом он понимает, что, возможно, на тендере ему придется снижаться, и поэтому он заранее просчитывает «вилку» – до какой цены он может опуститься на тендере, чтобы не уйти в минус и получить прибыль. При этом интересно, что некоторые тендеры выигрываются даже в минус. В дальнейшем я расскажу, почему.

Об остальных особенностях тендеров я расскажу в следующих главах, а сейчас для Вас самое главное понять, кто именно может принять участие в тендерах, и особенно в государственных тендерах, и можете ли это сделать Вы.

Кто может участвовать в тендере по закону

Должно ли это быть ОАО, ИП, ООО? С какой системой налогообложения? С какими ОКВЭДами? И если мы говорим о государственных тендерах, сколько лет должна существовать компания, чтобы ее «пустили» на тендер?

Ответ такой: в тендере может участвовать абсолютно любое лицо, вплоть до того, что, по закону, даже физическое лицо(!) может участвовать в тендере.

С точки зрения нынешнего законодательства, не имеет никакого значения, какова Ваша система налогообложения и что Вы из себя представляете: ИП, ООО, ОАО и т. п. – участвовать может любой!

Но самые большие(!) налоги в России – у физических лиц, и проще стать индивидуальным предпринимателем. Как ИП Вы с меньшей налоговой нагрузкой сможете участвовать в торгах.

Также абсолютно не важно, какие ОКВЭДы записаны в Ваших учредительных документах. Об этом я подробнее расскажу в следующих главах.

Еще один момент, который многих отпугивает от участия в тендерах: обязательно ли иметь опыт выполнения аналогичных работ или аналогичных поставок? Не обязательно!

Более того – в 90 % государственных тендеров опыт никак не влияет на определение победителя. Главное – минимальная цена и соответствие ТЗ. Что касается налогообложения, то чем меньше налогов включено в Вашу цену, тем лучше.

Особенно это касается НДС. Для участия в тендере не важно, облагается им Ваш товар или нет. Но для победы в тендере он имеет значение. Если Вы выиграли государственный тендер на миллион и платите НДС – это будет миллион «в т. ч. НДС». Если Вы неплательщик НДС – это будет миллион без НДС. А так как главное в большинстве государственных тендеров – минимальная цена, то считайте сами, что выгоднее.

Об этом я подробнее рассказал в своем видео «Шестое преимущество тендерных продаж». Посмотреть его можно здесь: <http://vk.cc/4U9XA2>.

Таким образом, в тендерах по закону может участвовать любая организация, в т. ч. без опыта, с минимальной налоговой нагрузкой, с минимальным количеством людей в штате, а может, и вообще без них!

Отсутствие всего, что было мной перечислено выше, никак не влияет на выбор победителя государственного тендера в большинстве случаев!

Любой предприниматель, открывший сегодня новое юр. лицо или ИП, не имея опыта, которым можно похвастаться, не имея людей, офиса, средств на рекламу и пр., завтра может участвовать в тендерах го-

сударства на равных правах с компаниями, которые на рынке уже давно.

Именно по этой причине в данной книге я сделаю упор на гостендеры. И практически все, о чем я буду писать далее, кроме специальных оговорок и сравнительных данных, будет относиться именно к ним.

А сейчас я расскажу, каким вообще организациям можно продавать свой товар на тендерах.

Кому можно продавать через тендеры. Сколько денег зарабатывается на тендерах сегодня

Многие считают, что тендеры – это для каких-то больших компаний, что их не так много и что тендерами заниматься не стоит, потому что это не самый доходный и не самый большой рынок. На самом деле, все в корне наоборот.

Первые и основные заказчики, кому можно продавать через тендер – это государственные и муниципальные заказчики. Они составляют большинство организаций, которые делают тендеры для своих нужд. Этим организаций по всей стране несчетное количество. Например, только в Москве и Московской области их примерно 15 000!

То есть эти 15 тысяч организаций никогда и ничего у Вас не купят без тендера – за исключением совсем какой-то мелочевки.

Любые покупки на сумму выше, чем 100 тыс. руб.; государственные и муниципальные заказчики, в обиходе именуемые «госзаказчики», не могут приобрести никак иначе, кроме как через тендер. Для них тендеры – это абсолютная норма повседневной жизни. 95 % всех закупок этих организа-

ций – тендерные.

Более того, сейчас в огромном количестве появились тендеры с чеком даже ниже 100 тыс. руб.! Если подумать об объемах, то все налоги, которые платятся по всей стране организациями и людьми, тратятся госзаказчиками через тендеры. Представьте себе объемы этого рынка!

Это самый большой рынок сбыта. Другого Вы такого не найдете. Примеры таких организаций Вы прекрасно знаете – это бюджетные структуры, например, больницы, пожарные, военные, муниципалитеты и многие другие.

Вторая огромнейшая категория организаций, которые постоянно организуют тендеры, чтобы что-то купить, – это коммерческие заказчики с так называемым «госучастием».

Их обязали организовывать тендеры для своих закупок относительно недавно, с 2012 года. До этого они закупали все как хотели. Теперь же они закупают большую часть товаров, работ, услуг для своих нужд тоже через тендеры. Эти организации Вы тоже прекрасно знаете. Это, например, крупные ОАО и ПАО, контрольный пакет акций которых принадлежит государству. Например, ПАО «Аэрофлот», ОАО АК «Транснефть», также крупнейшие коммерческие банки – ПАО «Сбербанк».

Очень обидно, но при всей образованности наших бизнесменов в нынешнее время очень многие из них до сих пор думают, что Аэрофлот или Сбербанк – государственные ком-

пании!

Нет, товарищи, это коммерческие компании, доля акций которых принадлежит государству.

Таких организаций очень много. Несколько тысяч наберется только в Москве и Московской области. Может, не 15 тысяч, как госзаказчиков, но, тем не менее, это тоже огромный пласт заказчиков, которые делают тендерные закупки.

Также в этот пласт попадают всевозможные унитарные предприятия – государственные унитарные предприятия, муниципальные унитарные предприятия.

Например, Московский метрополитен – это унитарное предприятие, которое закупает большинство товаров, работ и услуг только через тендеры. С каждым годом объем тендерных закупок таких компаний увеличивается, и этот процесс будет масштабироваться. Есть цель – доведение таких закупок до объема государственных, чтобы большинство закупок происходило на тендерной основе.

Так вот. Если сейчас Вы продаете что-то таким заказчикам «по-обычному» (без тендеров) и не успеете вовремя сориентироваться – Вы рискуете потерять этот рынок, так как «по-обычному» им осталось торговать года полтора-два, потом будут только тендеры.

Есть еще третья категория – это частные коммерческие компании, где вообще нет доли государства. Это «собственный» бизнес, где собственники добровольно принимают решение закупать продукцию через тендеры. Никакой закон не

обязывает их это делать. Тем не менее они это тоже делают! Потому что в любом бизнесе самое главное – эффективность.

Крупные компании уже практически все перешли на тендеры, средние примерно на 80–90 %, малый бизнес тоже уже переходит, в том числе, и моя компания тоже организует тендеры для внутренних целей.

Почему частные компании это делают?

У любого предпринимателя в голове сидят две простые аксиомы: продажи должны быть максимальны, а расходы на бизнес – минимальны. Предприниматели согласятся, что гораздо проще сэкономить деньги, чем увеличить продажи на такую же сумму. А тендерные закупки – идеальный инструмент для того, чтобы быстро сократить расходы.

Особенно в кризис в голове каждого собственника крутится мысль на чем-бы еще сэкономить и как это лучше сделать? Вариант номер один – это сделать закупки в компании прозрачными, прежде всего, для собственника бизнеса. Чтобы он смог контролировать закупки, находясь в любой точке мира, и понимать, воруют ли в его собственной компании или нет. И еще сделать так, чтобы поставщики постоянно пересматривались на предмет лучшей цены на основании тех параметров, которые он сам выберет. И именно поэтому собственники многих компаний решают делать все ключевые закупки через тендеры. Так они гарантируют, что каждый раз бумага, например, для нужд офиса будет покупаться

по минимальной цене.

Единственное исключение – когда сам собственник бизнеса лично занимается закупками. Т. е. пока собственник лично платит за какие-то товары, работы, услуги, он официальные тендеры проводить, конечно, не будет, т. к. сам себя он обманывать не будет. Даже если в компании есть отдельный человек, который занимается закупками для организации, какой-то период система будет работать нормально. Но рано или поздно компания вырастет и собственник поймет, что не может контролировать деятельность этого человека и что этот человек далеко не всегда объективен/честен.

Вот специфический пример. Я работал в московской компании со штатом более 700 человек, в которой закупки были централизованы – частично на тендерах, частично без тендеров. Я и организовывал тендеры для этой организации, и участвовал в тендерах от имени этой организации. Однажды в нашей бухгалтерии возмутились: почему для документов покупаются только серые папки, почему нельзя купить красивые цветные папки, которые всего на 10 % дороже по сравнению с серыми? Ответ был очевиден: если увеличивать на 10 % любую закупку (а закупки в этой компании только по канцтоварам ежегодно составляли около 5 млн. руб.) – эта разница в 10 % выльется в колоссальную сумму. 10 % от 5 млн. руб. это большая сумма, которую не хочется просто так выбрасывать. А помимо канцтоваров есть еще и другие закупки, например, на ремонт здания, на поставку кондици-

онеров и т. д. Т. е. 10 % для крупной организации – это большие суммы.

Для малого и микробизнеса суммы закупок относительно небольшие, но как только компания выходит на новый уровень, становится средней или крупной, сократить расходы на закупках – первое, что приходит в голову собственнику бизнеса. **Повторюсь, любой собственник бизнеса прекрасно понимает, что проще – сэкономить на закупках, нежели поднять продажи на ту же сумму.**

Подведем итоги. На тендерах Вы можете продавать свой товар, работы или услуги следующим видам клиентов (заказчиков).

- Государственные и муниципальные организации.
- Крупные коммерческие компании с госучастием типа «Сбербанка» и т. п.
- Крупные 100 %-ные коммерческие компании типа «МТС», «Новотэк», представительства зарубежных фирм типа Coca-Cola, Schneider Electric, Siemens и т. д.

Если говорить о том, сколько денег зарабатывается кем-то на тендерах сегодня, ответ простой. Сколько тратится заказчиками – столько же кто-то получает в виде выручки. Например, если говорить про открытые данные о госзакупках – это порядка 5,5 триллиона рублей (данные за 2015 год). Сами видите, сумма немалая. Из статистики официального сайта единой информационной системы только госзаказчиков у нас в стране более 250 000 организаций! А если мы к

этим цифрам прибавим еще и статистику по коммерческому сектору, то, сами понимаете, кто-то очень хорошо зарабатывает на тендерах!

И в следующих главах я расскажу, как таким человеком сможете стать Вы.

Какой товар можно продавать на тендерах – для какого бизнеса подходит этот канал продаж

На тендерах можно продавать практически любой товар!

Чтобы Вы понимали, заказчики – такие же организации, как Ваша – они тоже закупают офисную бумагу, принтеры, воду в офис, бензин для служебных машин, заказывают фирменную одежду, делают в офисе ремонт, проводят электрику, меняют фильтры, картриджи, окна....

Как я уже говорил, в этой книге я сделаю упор на гостендеры. И практически все, о чем я буду писать далее, будет относиться именно к ним. Если говорить про госзаказ, то почему-то у многих есть сомнения, что на тендерах можно продать любой товар. Обычно при упоминании о госзаказе все вспоминают только о стройке (а она действительно занимает огромный процент от всего госзаказа) и о медицине – томографах и проч. Но это всего лишь еще одна заслуга наших доблестных СМИ. На самом же деле на государственных тендерах сегодня закупают абсолютно все: от банных тапочек (для санаториев) и презервативов (для кабинета узи) до брендовых очков и кукол Барби (закупки подарков для различных учреждений).

И здесь я специально хочу обратить Ваше внимание имен-

но на государственные тендеры, так как они проходят по определенным жестким правилам, и так как большая часть тендеров в нашей стране – государственные.

«Жесткость» правил начинается с определения и характеристик товара, который госзаказчики могут покупать в принципе.

Так, например, госзаказчики (далее – «заказчики») не имеют права «хотеть» какой-то конкретный товар, какой-то конкретный товарный знак. Если даже они указывают товарный знак в техническом задании тендера, они обязаны дописать фразу «или эквивалент» и перечислить параметры эквивалентности. И на такой тендер придут поставщики с эквивалентными товарами и смогут его выиграть. И заказчику придется оплатить им этот товар, даже если изначально заказчик хотел другую марку товара (товарный знак)!

Благодаря этому рынок для продажи товаров таким заказчикам максимально расширяется.

Предположим, заказчики решили приобрести ноутбуки. В задании тендера они пишут: «Я хочу купить ноутбук «Samsung» такой-то модели или эквивалент» и перечисляют характеристики, которые они хотят видеть в этом ноутбуке. Эти характеристики сегодня называют «параметры эквивалентности». Например, диагональ экрана 15,6, наличие трех usb-портов, hdmi-выхода для подключения телевизора, выхода для подключения проектора, жесткий диск минимум 500 ГБ, оперативная память минимум 2 ГБ и т. д.

То, что в законе есть понятие «эквивалентный товар» и «параметры эквивалентности», сегодня означает, что даже если заказчик очень хочет «Samsung», в соответствии с законом я могу продать ему любой другой ноутбук, который будет соответствовать всем этим характеристикам. Я, например, могу ему продать компьютер «Lenovo», если характеристики будут такие же или лучше. И госзаказчик будет обязан этот компьютер у меня приобрести и оплатить!

При всем при этом, если мои конкуренты будут продавать «Samsung», моя чистая прибыль будет больше. Ведь главное правило проведения большинства госзаказов – побеждает минимальная цена, а Lenovo при тех же характеристиках стоит, как правило, дешевле.

Т.е. главное – чтобы товар соответствовал техническому заданию заказчика (далее по тексту «ТЗ») и цена была минимальная.

Таким образом:

Вы можете продать государственному заказчику любой товар, любой товарный знак.

Участие в тендерах в кризис: отложить или самое время внедрять?

Я со своей компанией переживаю уже второй кризис в стране. Первый был в 2008–2009 гг., когда я только открыл компанию. В это время был массовый спрос на мои услуги по той причине, что очень много компаний потеряли прибыль от обычных каналов продаж и стали осваивать другие виды продаж, такие как, например, тендерные продажи. А так как тендеры – это один из самых дешевых и малозатратных каналов продаж, то количество таких организаций в кризис, как правило, увеличивается.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.