

EventsApp - чеклист подходящего лида

Для быстрой оценки, стоит ли передавать клиента в работу и на какую встречу его звать.

Если на большинство вопросов ответ «да», лид подходит для первого разговора. Если ответов «нет» больше половины, лучше не заводить клиента в длинный цикл.

Базовые критерии

- У клиента есть площадка, проект в сфере мероприятий или регулярная афиша.
- Клиент продаёт билеты, собирает заявки или планирует запуск этих сценариев.
- Есть потребность в собственном бренде и контроле над клиентской базой.
- Есть человек, который принимает решение по продажам или цифровой платформе.

Сигналы сильного лида

- Жалуется на разрозненные сервисы и ручную работу.
- Хочет видеть заказы, оплаты и контроль входа в одном месте.
- Не хочет полностью зависеть от агрегаторов.
- Готов обсуждать запуск в течение ближайших 1-2 месяцев.

Что собрать до передачи

Нужно узнать	Зачем это нужно
Тип площадки или проекта	Понять сценарий и формулировку показа
Как сейчас идут продажи	Понять боль и точку входа
Кто ЛПР	Не тратить цикл на контакт без полномочий
Горизонт запуска	Оценить шанс сделки и приоритет

Красные флаги

- Клиент ищет только самый дешёвый сайт без процессов продажи и контроля входа.
- Нет регулярных событий или повторяемой модели мероприятий.
- Никто не готов обсуждать внедрение и бюджет даже на уровне ориентира.