



Конференция

# Интернет- консалтинг

Стратегия эффективного присутствия в интернете

Владимир Шатин, коммерческий директор МГ «Текарт»

## Проведение тендеров: как выбрать адекватного подрядчика



маркетинговая группа



Университет Текарт

# Старт работ: что имеем

- Неоднородность рынка
- Специфичность рынка
- Множество игроков
- Большой разброс цен
- Необходимость грамотно ставить задачу
- Необходимость выбора исполнителя



# Что реально покупает заказчик

- Экспертиза
- Решение поставленной задачи

## **Вероятные проблемы:**

- Недобросовестный исполнитель
- Некорректно решенная задача
- Дополнительные бюджеты



# Этапы тендера: выбираем «адекватного» исполнителя

- Составление ТЗ (описание задачи)
- Предварительный анализ рынка, «лонг-лист»
- Рассылка ТЗ, первичные контакты
- «Шорт-лист», оповещения
- Встречи
- Принятие решения
- Старт работ



# Составляем ТЗ

## 1. Максимальная детализация задачи\*

- О компании и задаче
- Необходимость разработки дизайна
- Структура сайта
- Функциональные возможности
- Требования к инструментарию
- Этапы (разработка/поддержка развитие)
- Сроки

\* - для задачи «разработка сайта»



# Составляем ТЗ

## 2. Дополнительные вопросы

- Юридическая чистота компании
- Рекомендации
- Продолжительность сотрудничества с клиентами
- Корпоративная информация
- Текущий портфель клиентов
- Количество проектов за последний год
- Ближайшие конкуренты



# Составляем ТЗ

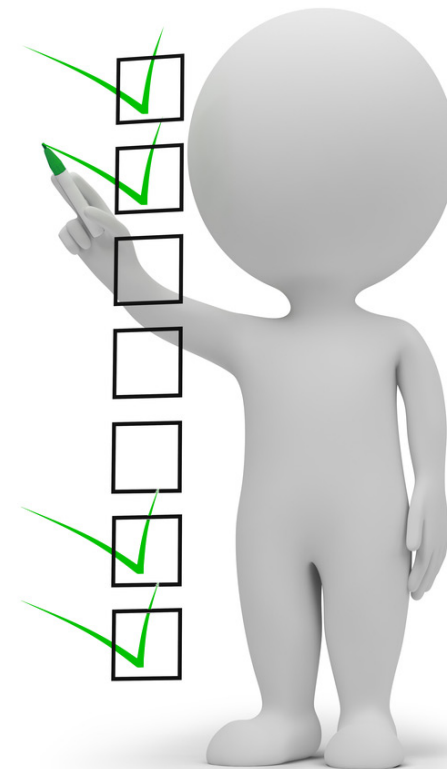
## 3. Уточняем условия тендера

- Алгоритм принятия решения
- Этапы проведения тендера
- Контактные данные



## Анализ рынка, «лонг-лист»

- Рейтинги
- Возраст компании
- Портфолио
- Отзывы
- Широта услуг
- РЕКОМЕНДАЦИИ ЗНАКОМЫХ





## Пример: «лонг-лист»

- Возраст от 3-х лет
- Не менее 70 проектов
- 2-3 именитых заказчика
- Участник рейтингов
- Рекомендованные лично



# Рассылка ТЗ, первые контакты

- Рассылка ТЗ
- Получение обратной связи

*Идеальный вариант:*

- КП

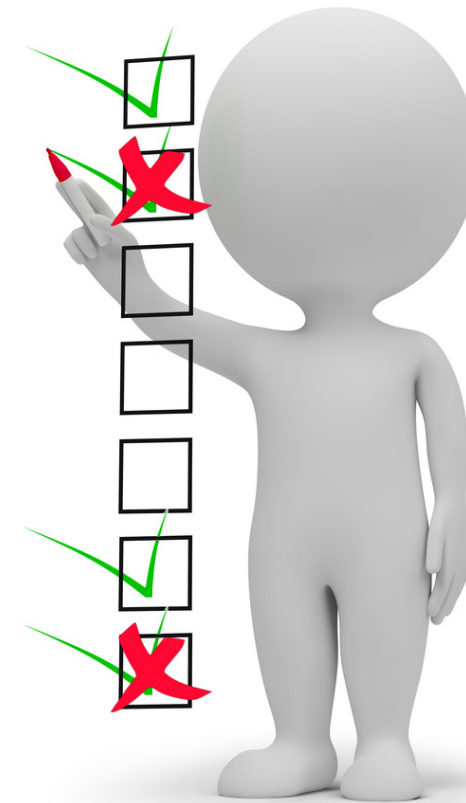
*Чаще всего:*

- Уточнения
- Прессинг



## «Шорт-лист»

- Выбор компаний, максимально отвечающих требованиям тендера
- Оповещение всех участников о результатах тендера
- Планирование встреч



## Пример: «Шорт-лист»

- Бюджет в рамках приемлемого
- Более 15 сотрудников (на постоянной основе)
- Средний «возраст» отношений с заказчиками – от 1,5 лет
- Более 20 реализованных проектов за последний год
- Готовность предоставить учредительные документы
- Рекомендации других заказчиков
- Офис в Москве



# Встречи

- В офисе исполнителя
- Личное присутствие менеджера или руководителя

## Вопросы:

- Уточнение условий проекта
- Формат взаимодействия
- Технические аспекты
- Договор



# Принятие решения

- Выбор подрядчика
- Оповещение остальных участников «шорт-листа»
- Старт работ\*

*\* - но это уже совсем другая история...*



## Резюмируем

- Выбор подрядчика – один из этапов проекта, а не подготовительная задача
- Максимально детализируйте задачу. В первую очередь – для себя
- Создайте свою методику выбора подрядчика
- Подумайте о найме консультанта
- Пообщайтесь со знакомыми/партнерами
- Лично пообщайтесь с компаниями из «шорт-листа»
- Не гонитесь за низкой ценой



# Определяем исполнителя

Показатель	Баллы		
	3	2	1
Возраст компании (лет)	от 5	3-5	До 3
Портфолио (работ)	Более 150	50-150	До 50
Портфолио за прошлый год	Более 20	10-20	До 10
Текущий портфель клиентов	Более 50	10-50	До 10
Наличие офиса	да		
Рейтингование (место)	До 10	10-20	Ниже 20
Численность (штат)	Более 70	10-70	Менее 10
Рекомендации	да		
Юридическая чистота	да		
Форма оплаты (предоплата)	нет	50/50	более 50%



# Спасибо за внимание. Пожалуйста, вопросы.

Дополнительные вопросы можно прислать -  
[shatin@techart.ru](mailto:shatin@techart.ru)

Маркетинговая группа «Текарт»  
[www.techart.ru](http://www.techart.ru)

