

35 промптов для отдела продаж: discovery, outreach, closing

Готовые промпты на всех этапах воронки продаж: prospecting, outreach, discovery, demo, возражения, closing, follow-up. Под B2B и SMB.

Продажи — одна из самых ясных областей применения AI. Discovery, outreach, follow-up, работа с возражениями, подготовка предложений — все эти задачи структурированы, и AI значительно ускоряет работу продавца. Этот гайд — 35 готовых промптов по 5 разделам продаж.

Раздел 1. Prospecting и квалификация (7 промптов)

1. Идеальный профиль клиента (ICP)

«Ты sales-стратег. Продукт — <описание>. Загружу данные о 10 наших лучших клиентах (размер компании, индустрия, использование продукта, LTV). Выдели: общие признаки ICP, паттерны решения о покупке, факторы успеха. Сформулируй идеальный профиль клиента для outbound.»

2. Поиск лидов в LinkedIn / VK

«Для аккаунтов из списка <список компаний> найди в LinkedIn / TenChat: имена и позиции людей, которые принимают решение о покупке <продукт>. Аудитория — <профиль роли>. Структура списка: имя / позиция / компания / точка контакта.»

3. Account research перед звонком

«Подготовь account research по компании <название>. Найди: чем занимается, размер, недавние новости (3 месяца), их основные конкуренты, потенциальные боли по нашей <продуктовой категории>. Формат — структурированный bullet-list на 1 страницу.»

4. Квалификация по BANT

«Прошёл первый звонок с <имя/компания>. Краткое описание разговора: <описание>. Оцени квалификацию по BANT (Budget, Authority, Need, Timeline). Поставь оценку 1-10 по каждому критерию + общая рекомендация: pursue / nurture / disqualify.»

5. Скоринг лидов

«Загружу 50 входящих лидов с данными: индустрия, размер, должность контакта, предполагаемая боль. Распредели по 4 уровням: hot (немедленный outreach), warm (через 2-3 дня), cool (в nurture), cold (исключить). Обоснуй каждое решение.»

6. Поиск trigger events

«Для компании <название> найди trigger events за последние 3 месяца: смена руководства, инвестиции, M&A, новые продукты, обновления стратегии, регуляторные изменения. Для каждого — связь с нашим <продуктом> и потенциальное messaging для outreach.»

7. Конкурентный анализ для аккаунта

«Компания <название> уже использует <конкурентный продукт>. Подготовь конкурентный анализ: их сильные стороны, их слабые стороны, наши преимущества, потенциальные возражения «зачем переключаться». Формат — battle card.»

Раздел 2. Outreach (7 промптов)

8. Cold email — короткая версия

«Ты sales-копирайтер. Готовлю cold email на <позиция в компании <название>>. Контекст компании — <данные>. Главная боль — <боль>. Наше решение — <решение>. Структура: 1 строка персонализации → 2 строки про боль → 1 предложение про решение → низко-обязательный СТА. Объём — до 80 слов.»

9. Cold email — длинная версия с кейсом

«Версия cold email на 150 слов для прохладной аудитории. Структура: персонализация → инсайт по их индустрии → как мы помогли похожей компании (1 кейс с цифрой) → разница в подходе → СТА на 15-минутный разговор. Тон — экспертный, без агрессии.»

10. LinkedIn / TenChat — connection request

«Сгенерируй 5 connection request'ов для разных позиций (СМО, Head of Sales, СТО, COO, Founder). Каждый — до 200 символов. Структура: повод для контакта (общая группа, комментарий на пост, общая связь) + конкретная ценность + open-ended вопрос. БЕЗ прямых продаж.»

11. LinkedIn / TenChat — после connection

«Прошло 3 дня после connection. Контакт принял, но не ответил. Сгенерируй follow-up сообщение: 2 предложения про общий интерес → 1 ценное замечание из недавнего поста контакта → ненавязчивый вопрос для диалога. Объём — до 300 символов.»

12. Phone call script (холодный звонок)

«Готовлю script холодного звонка на <позиция> в компании <название>. Длина звонка — до 2 минут. Структура: opener (15 сек), value statement (30 сек), discovery вопрос (15 сек), main question (30 сек), СТА на демо или follow-up (30 сек). Жесть-кейсы для возможных возражений.»

13. Серия из 5 follow-up

«Готовлю серию из 5 follow-up email после первого outreach. Day 1: цитата из статьи их CEO + связь с их бизнесом. Day 3: case study релевантной компании. Day 7: ROI calculator + конкретные цифры. Day 14: новая ценность через бесплатный материал. Day 21: гордое прощание с предложением остаться на связи.»

14. Outreach для warm leads

«Лид зарегистрировался на наш webinar и не ответил после. Готовлю outreach: 1) короткое thank-you за регистрацию; 2) summary ключевых insights с webinar'а; 3) предложение 15-минутного звонка про конкретную задачу. Тон — дружелюбный, без агрессии.»

Раздел 3. Discovery и demo (7 промптов)

15. 20 discovery-вопросов

«Готовлю discovery-звонок с <позиция/компания>. Контекст: <данные>. Сгенерируй 20 discovery-вопросов: 5 о текущей ситуации, 5 о болях и последствиях, 5 о ожидаемых результатах, 5 о decision process. Объясни логику каждого.»

16. Spin-вопросы (Situation, Problem, Implication, Need-payoff)

«По методологии SPIN сгенерируй вопросы для <продукт> и . Распредели: 5 Situation, 5 Problem, 5 Implication, 5 Need-payoff. Каждый — с примером ответа и логикой развития диалога.»

17. Открытие демо-звонка

«Готовлю открытие демо-звонка на 5 минут. Структура: agenda (1 мин) → ресар прошлых разговоров (1 мин) → 3 ключевых вопроса перед демо (1 мин) → trans в демо (2 мин). Тон — уверенный, доверительный.»

18. Customized demo-флоу

«Для клиента <данные> с болью <боль> готовлю customized demo нашего <продукт>. Выдели: 3 самых релевантных feature, в каком порядке показать, какие use-cases приводить, какие visual demos подготовить, какие вопросы задать в процессе.»

19. Discovery вопросы middle-funnel

«Клиент прошёл demo, но колеблется. Подготовь 10 вопросов для middle-funnel разговора о: confirmed pain, validated need, identified champion, scheduled next steps, defined success criteria. По 2 вопроса на каждый аспект.»

20. Подготовка к decision call

«У нас финальная встреча с decision committee клиента <данные>. Готовлю: agenda на 60 мин, executive summary стоимости и ценности, ответы на потенциальные возражения, план next steps на следующие 30 дней.»

21. Post-meeting summary

«После discovery-звонка с <клиент> готовлю summary для команды и для клиента. Структура для внутренней: что узнали, кто играет какую роль, риски, next steps. Версия для клиента: ресар ключевых пунктов, согласованные действия, благодарность.»

Раздел 4. Работа с возражениями (7 промптов)

22. 10 типовых возражений

«Для нашего <продукт> сгенерируй 10 типовых возражений клиентов. Для каждого: 3 предложения ответа, который НЕ оправдывается, а переводит разговор в плюсы. Тон — уверенный, не агрессивный.»

23. Возражение «слишком дорого»

«Клиент сказал «у вас дорого». Подготовь 5 разных ответов под разные контексты: 1) clear value (ROI calc); 2) сравнение с альтернативами; 3) разбивка по фичам; 4) demo больших компаний с похожим бюджетом; 5) вопрос «что для вас было бы оправдано».»

24. Возражение «нет времени на внедрение»

«Клиент: «нет времени на внедрение». Подготовь 5 ответов: 1) показать время-на-результат на конкретном кейсе; 2) минимальное внедрение для первого value; 3) onboarding и поддержка с нашей стороны; 4) ROI на час времени; 5) what-if цена бездействия.»

25. Возражение «нужно подумать»

«Клиент: «давайте подумаем». Подготовь 5 ответов: 1) уточнить, что именно нужно обдумать; 2) предложить материалы для команды клиента; 3) follow-up через 7 дней с дополнительной ценностью; 4) trial-период; 5) executive summary для презентации руководству.»

26. Конкурентное возражение

«Клиент сказал «мы уже используем <конкурент>». Подготовь подход: 1) уточнить, что им нравится / не нравится; 2) подсветить ключевую разницу; 3) предложить parallel POC; 4) кейс компании, которая мигрировала с <конкурент> на нас; 5) ROI сравнение.»

27. Возражение «у нас сложный процесс закупок»

«Клиент: «у нас сложно с procurement». Подготовь: 1) разобрать конкретные шаги их процесса; 2) предложить enterprise-friendly условия; 3) referral от уже одобренных поставщиков; 4) materials для procurement (legal, SLAs, security); 5) timeline под их процесс.»

28. Завершение разговора без NO

«Клиент явно не готов покупать, но и не говорит NO. Подготовь 5 вариантов завершения разговора так, чтобы остаться в их орбите: 1) follow-up через квартал с новой ценностью; 2) предложение остаться в email-листе; 3) referral на коллег; 4) community-вход; 5) контентный feed.»

Раздел 5. Closing и follow-up (7 промптов)

29. Коммерческое предложение

«Готовлю КП для <клиент>. Pain — <боль>. Решение — <решение>. Структура: executive summary (1 стр), пониманию проблемы клиента (1 стр), наш подход (2 стр), scope of work, timeline, цена, ROI, next steps. Тон — экспертный, конкретный.»

30. ROI calculator под клиента

«Для клиента <данные> с потенциалом экономии <показатели> подготовь ROI calculator. Структура: текущие затраты на проблему, прогноз экономии с нашим решением, breakeven point, NPV за 3 года, sensitivity analysis на ключевых переменных.»

31. Финальный proposal

«После 3 встреч с <клиент> готовлю финальный proposal на 5 страниц. Структура: understanding of needs → recommended solution → implementation plan → pricing & commercial terms → success criteria & support → conclusion с СТА. Тон — confident, partnership-oriented.»

32. Финальный nudge на closing

«Клиент сказал «давайте обсудим в понедельник» и пропал. Готовлю nudge на 3 строки в четверг: 1) короткое напоминание о context; 2) маленький дополнительный value (релевантный кейс); 3) гибкий next step.»

33. Closing celebration message

«Контракт подписан. Готовлю post-signing message: для клиента (welcome message с next steps), для нашей команды (внутренний announcement с контекстом сделки), для подписчиков (публичный case-study анонс с разрешения клиента).»

34. Onboarding kickoff

«Готовлю agenda для onboarding kickoff мееетинга с <клиент>. Длина — 60 мин. Структура: introductions team (10 мин), ресап соглашений (10 мин), success criteria (15 мин), implementation timeline (15 мин), Q&A и next steps (10 мин).»

35. Upsell после первого года

«Клиент <данные> с нами 12 месяцев. Текущее использование — <данные>. Подготовь структуру upsell-разговора: их успехи за год, новые возможности на расширение, релевантные модули продукта, ROI обоснование, soft pitch на расширение контракта.»

Продажи в SUIN.AI

AI-ассистенты SUIN.AI для отдела продаж: discovery, outreach, follow-up, борьба с возражениями. [Начать бесплатно →](#)

SUIN.AI · my.suin.ai/auth/register