

# Где искать В2В-клиентов в 2026 году?

Гайд для продавцов



## Содержание

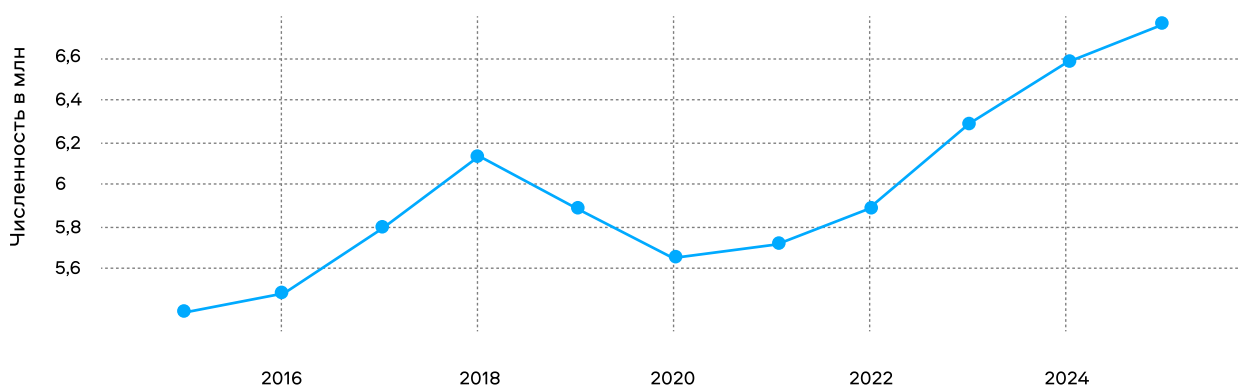
	Активность малого и среднего бизнеса в России	3
	Портрет современного бизнес-покупателя	6
	Где искать B2B-покупателей	8
	Ключевые критерии цифровых платформ для B2B-продаж	10
	Доступ к новой аудитории с Авито Бизнес 360	14
	Кейсы: как бизнес использует возможности Авито	15
	Полезные Telegram-каналы для бизнеса	16



## Активность малого и среднего бизнеса в России

Сектор малого и среднего предпринимательства в России продолжает последовательно развиваться. В августе 2025 года зарегистрировано 6,47 млн субъектов МСП, хотя ещё год назад их насчитывалось 6,29 млн.

**Динамика количества субъектов МСП за 2015-2025 гг.**



**21,7%**

доля МСП  
в экономике

**27,9 млн**

доля МСП в экономике всего  
занятых: предпринимателей  
и сотрудников

**На 17,2%**

выросло число  
субъектов МСП за 10 лет

**15 млн**

человек в России участвуют  
в покупках товаров и услуг для бизнеса.



Для работы малые и средние предприятия регулярно закупают сырьё, оборудование, запчасти и профессиональные услуги.

### Какие задачи решали компании за полгода, %

Закупали товары для обеспечения хозяйственной и административной деятельности	61
Закупали оптом сырьё или товары	30
Оплачивали другие деловые услуги — в основном бухгалтерские и юридические. При этом средний бизнес закупает более широкий спектр деловых услуг	26
Оплачивали услуги, связанные с поиском или подбором персонала	24
Приобретали лицензии на программное обеспечение	21
Приобретали или арендовали коммерческую недвижимость	21
Закупали или арендовали транспорт и запчасти к нему	21
Закупали или арендовали оборудование и запчасти к нему	14

### Частота покупок по бизнес-задачам, %

	Товары для хоз./адм. деятельности	Сырьё и товары оптом	Услуги для бизнеса	Поиск/подбор персонала	Программное обеспечение	Коммерческая недвижимость	Транспорт и запчасти	Оборудование и запчасти
Раз в месяц и чаще	34	55	47	20	7	19	38	26
Раз в 2-3 месяца	47	30	28	21	6	8	32	17
Раз в полгода	15	11	18	27	18	13	22	29
Раз в год	3	3	6	17	45	27	4	11
Реже раза в год	<1	1	1	15	24	33	4	17



Чаще всего покупают сырьё и товары оптом. Раз в год и реже — программное обеспечение, а также приобретают или арендуют коммерческую недвижимость



### Какие категории чаще становятся точками входа для приобретения смежных товаров и услуг

Транспорт и запчасти ↓	Поиск/подбор персонала ↓	Услуги для бизнеса ↓	Коммерческая недвижимость ↓	Программное обеспечение ↓
Услуги для бизнеса	Услуги для бизнеса	Поиск/подбор персонала	Поиск/подбор персонала	Услуги для бизнеса
Транспорт и запчасти	Коммерческая недвижимость	Программное обеспечение	Транспорт и запчасти	Поиск/подбор персонала
Поиск/подбор персонала	Программное обеспечение	Оборудование и запчасти	Оборудование и запчасти	
Сырье и товары оптом				
Коммерческая недвижимость	Транспорт и запчасти			

Бизнесу необходимо покупать товары регулярно и в больших объёмах. При этом поиск поставщика — задача не разовая. Рынок меняется, появляются новые условия, партнёры и ценовые предложения. Часто поставщиков находят по рекомендациям, но такой способ не всегда гарантирует лучшие условия. В то же время поиск в интернете требует долгих переговоров и тщательной проверки потенциального партнёра.

На рынке существует потребность в удобных сервисах для поиска подходящих поставщиков.

Численность 6,47 млн субъектов МСП и 27,9 млн занятых — данные государственной платформы МСП.рф  
 Статистика численности МСП — ФНС РФ  
 Доля МСП в экономике — данные Росстата, опубликованные в 2025 г.  
 Данные о закупках — по результатам исследования АО «МИЦ» за Q2 2025



## Современный бизнес-покупатель — кто он?

Рынок быстро меняется, и один из значительных сдвигов — это изменение портрета B2B-покупателя. Раньше вовлечённые в покупки специалисты полагались преимущественно на личные встречи, «живые» презентации и принимали решения на основе рекомендаций коллег. Сегодня ситуация изменилась: бизнес-покупатели, особенно представители поколений миллениалов и Z, привыкли решать вопросы онлайн и проверять информацию в разных источниках. Цифровые привычки переняли и представители старших поколений.

**64-71%**

составляют миллениалы и поколение Z среди B2B-покупателей в зависимости от отрасли

**90%**

покупателей среднего и крупного бизнеса ожидают такого же высокого уровня сервиса, как в B2C-сфере

**73%**

покупателей в сфере B2B предпочитают совершать покупки онлайн



Из них **3 из 4** предпочли бы обратиться к поставщику, который предлагает более комфортные условия онлайн-покупок.

Важно понимать, что бизнес-покупатели — это не только руководители компаний. В эту категорию входят и сотрудники, принимающие решения о покупках: снабженцы, менеджеры и другие специалисты. Это значительно расширяет привычное представление о данной аудитории.

**2-3**

сотрудника в малом и среднем бизнесе в среднем вовлечены в процесс закупок



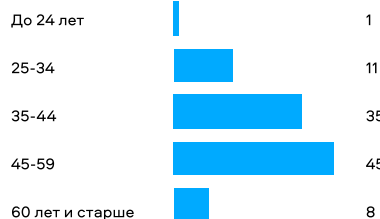
Между руководителями и исполнителями почти нет значимых различий по полу и возрасту. Они пользуются одними сервисами и каналами покупок.

### Руководители

**45,7 лет**  
в среднем

53% женщины  
47% мужчины

Возраст, %

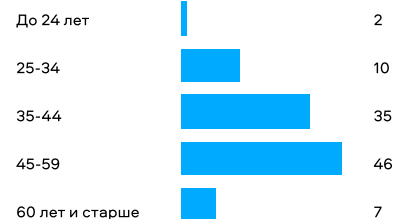


### Исполнители

**45,5 лет**  
в среднем

51% женщины  
49% мужчины

Возраст, %



## На что бизнес чаще обращает внимание при покупке онлайн

Подробное описание товара — **64%**

Отзывы от пользователей — **58%**

Количество и детальность фотографий — **58%**

Рейтинг продавца на онлайн-платформе — **51%**

Отзывы от сервисного и обслуживающего персонала — **44%**

Подтверждённые реквизиты продавца — **42%**

Количество и детальность видео — **40%**

Данные о B2B-покупателях — Forrester

Предпочтения B2B-покупателей — Sana B2B Buyer Report 2025

Портрет руководителей и исполнителей — по результатам исследования АО «МИЦ» за Q2 2025

Количество участников закупок — исследование Авито Бизнес 360, декабрь 2024 г.

На что бизнес обращает внимание — по результатам исследования Авито осенью 2024.



## Где искать B2B-покупателей

Современные B2B-покупатели ищут поставщиков по разным каналам. В условиях растущей конкуренции продавцам важно присутствовать на нескольких платформах и общаться с клиентами в удобном для них формате. Такой мультиканальный подход помогает привлекать новых заказчиков, повышать лояльность и увеличивать продажи.

### Преимущества присутствия на цифровых платформах

**80%**

B2B-контактов  
происходят в цифровых  
каналах: сайтах,  
классифайдах,  
каталогах и т.д.

**Более 70%**

лиц принимающих  
решения в B2B  
предпочитают изучать  
товары и услуги онлайн  
без участия менеджеров

B2B-покупатели  
используют в среднем

**10+ каналов**

для взаимодействия  
с поставщиками

### Где малый и средний бизнес ищет товары

Авито — **62%**

Маркетплейсы — **58%**

Специализированные сайты или онлайн-магазины — **35%**

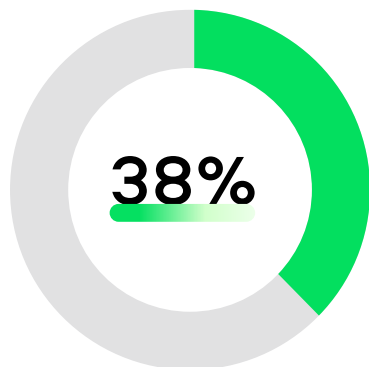
Сайты производителей и дистрибьюторов — **35%**

Поставщики на профессиональных форумах в интернете — **19%**

Профессиональные группы в соцсетях или мессенджерах — **12%**

Другие сайты объявлений — **7%**

Другое — **4%**



малых и средних  
предприятий уже  
закупаются на Авито

Мы собрали на одной площадке ключевые группы товаров для основной и хозяйственной деятельности МСП, такие как оборудование, офисные товары, запчасти для спецтехники, стройматериалы, сырьё. Кроме того, в пространстве доступны услуги для бизнеса, включая аренду различных товарных групп, что немаловажно, ведь стоимость владения некоторыми видами оборудования и авто очень высока. Не каждый бизнес готов себе позволить это.

В Авито Бизнес 360 также есть возможность поиска сотрудников, предложения по продаже и аренде коммерческой недвижимости, транспорта. И специальные сервисы, например для сравнения цен на профессиональное оборудование и предложений от поставщиков.



**Илья Дудковский**

директор бизнес-направления  
Авито Бизнес 360

Данные о присутствии B2B на цифровых платформах — на основе исследования Forrester «Predictions 2025 B2B Marketing & Sales»

Исследование Авито: как малый и средний бизнес покупает профессиональное оборудование

Количество МСП закупающихся на Авито — по данным исследования АО «МИЦ» весной 2025 года.

Где малый и средний бизнес ищет товары — по данным исследования покупателей оборудования АО «МИЦ» осенью 2024 года.



## Ключевые критерии цифровых платформ для B2B-продаж

Рынок стремительно меняется, поэтому важно поддерживать контакт с аудиторией и использовать цифровые платформы для продвижения. Однако присутствия в онлайн-пространстве недостаточно для привлечения новых клиентов. Скорость, удобство, точность данных и другие факторы тоже имеют значение.

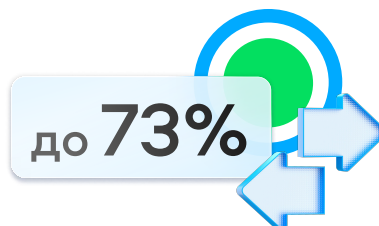


### **Концентрация бизнес-аудитории**

Важно, что цифровое решение помогает решать бизнес-задачи. Если аудитория размывается, это может снизить эффективность площадки. Например, с Avito Бизнес 360 работают собственники, руководители и закупщики. Их интересуют предложения для бизнеса, они мотивированы к покупке. Кроме того, у этого пространства есть и другие преимущества.

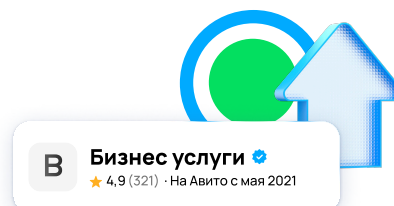
#### Кросс-продажи — до 73%

Бизнес-покупатели часто ищут товары и услуги в смежных категориях — вас могут заметить, даже если пришли за чем-то другим



#### Уникальные сервисы для увеличения продаж

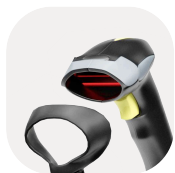
Размещайтесь в Каталоге поставщиков, получите значок «Собственное производство» и привлечите к себе больше внимания профессиональных покупателей



## **2 Многофункциональность и объём аудитории**

Широкая целевая аудитория и разнообразие задач, решаемых платформой, создают естественные условия для кросс-продаж: бизнес-покупатели приходят не за одной позицией, а за решением целого набора задач. Чем больше профильных компаний сосредоточено на площадке, тем чаще возникают запросы на комплексные покупки — и тем выше шанс, что одна сделка превратится в несколько.

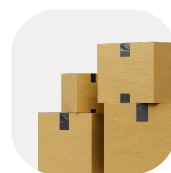
Для продавца мультикатегорийность — источник новых возможностей взаимодействия с аудиторией. Вот, какие категории представлены в Avito Бизнес 360:



Оборудование



Помещения



Товары оптом



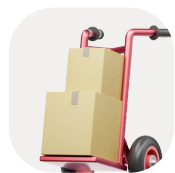
Транспорт



Услуги



Сотрудники



Логистика



Стройматериалы



Всё для офиса

Авито Бизнес 360 — единая точка входа для 91% задач малого и среднего бизнеса. Площадку ежемесячно посещают несколько миллионов уникальных бизнес-пользователей.

91% — доля задач по закупкам товаров и услуг (кроме банковских и телеком услуг) для предприятий малого и среднего бизнеса, которую помогает решить Авито Бизнес 360, исследование «РБК Исследования рынков», июль 2025 г. 12+

### 3 Инструменты для продвижения бизнеса

Инструменты для продвижения потребительских товаров не всегда соответствуют требованиям малого и среднего предпринимательства. По этой причине важно, чтобы цифровое решение было спроектировано для бизнеса на уровне логики и внутренних сервисов.

Какие инструменты предлагает продавцам Авито Бизнес 360:

#### Геотаргетинг

Вы сами определяете, в каких регионах будут показываться объявления — по всей России, в вашем родном регионе или в комбинации различных территорий.



#### Простая публикация

Размещение объявлений не требует дополнительных шагов: достаточно заполнить объявление, настроить регионы и подключить подходящий способ продвижения.



#### Скорость работы

Авито Бизнес 360 позволяет быстро выходить на новые рынки, тестировать гипотезы и подходы к аудитории.



#### Прозрачная стоимость лида

Статистика Авито показывает, из чего складывается стоимость лида. Вы можете скорректировать стратегию или опробовать новые подходы в объявлениях.



#### Комбинация стратегий

Пространство позволяет работать со всеми этапами воронки: от повышения знаний до покупки и повторных продаж.



#### Все типы B2B-товаров

Авито Бизнес 360 подходит для продвижения как типовых товаров, так и специализированного сложного оборудования.



#### Синергия механик продаж

Настройте онлайн-продажу по клику или собирайте контакты потенциальных клиентов — площадка не ограничивает выбор механик.





## 4 Сервисы, которые приносят больше заявок от клиентов

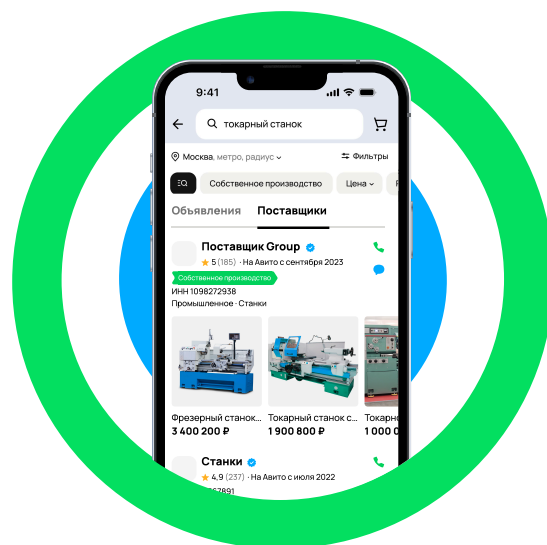
Современные B2B-платформы выходят за рамки витрин карточек товаров и становятся экосистемами с разными сервисами. Эти дополнительные инструменты могут повысить шансы продавцов быть замеченными и помочь показывать свои предложения тем, кто приходит за решением конкретной задачи: подбором поставщика, сравнением условий и скорым запуском сделки.

Сегодня **Авито Бизнес 360** включает сервисы:

### Каталог поставщиков

Профиль вашей компании в каталоге увидят те, кто ищет именно ваши предложения — в нужном регионе и по подходящему запросу.

Если сами производите товары для бизнеса, вашу компанию смогут заметить благодаря значку «Собственное производство» — он появится в профиле и выделит вас среди других.

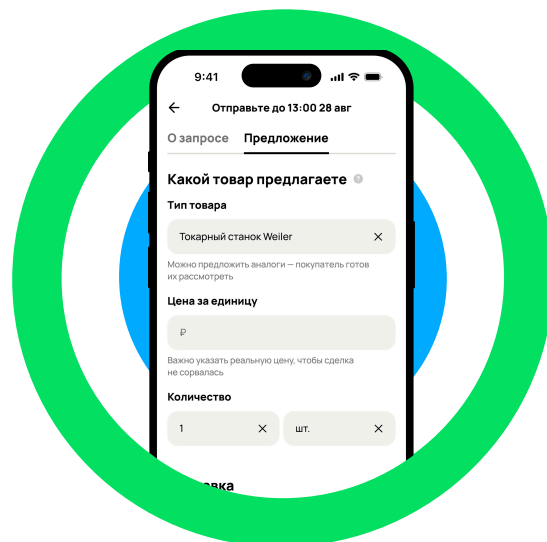


### Запрос коммерческих предложений

Сервис работает как мини-тендер на профессиональное оборудование, но проще и быстрее.

Бизнес-покупатели оставляют заявку с описанием нужного товара, а продавцы присылают свои предложения.

Благодаря сервису продавцы получают заявки от мотивированных клиентов, готовых к сделке.





## Получите доступ к новой аудитории с Авито Бизнес 360

Авито Бизнес 360 может стать вашим ключевым каналом для работы с бизнес-аудиторией. Зарегистрируйтесь самостоятельно или запросите консультацию менеджера, который поможет разработать эффективную стратегию выхода на Авито Бизнес 360 и рассчитает объём продаж.

Сканируйте QR-код или перейдите по ссылке, чтобы узнать больше о возможностях пространства.



Как начать продавать  
бизнесу





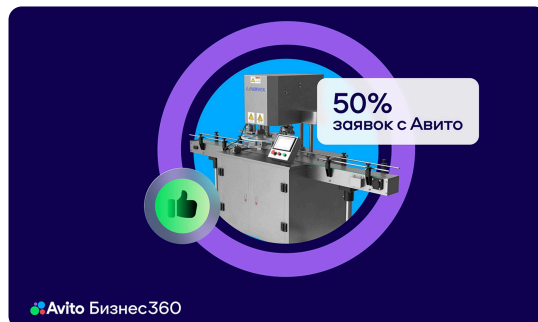
## Как бизнес использует возможности Авито



### «Логиконт Трейд»

- Поставщик морских контейнеров
- На Авито с 2021 г.
- Заработали 1,5 млн ₽ с помощью сервиса «Запрос коммерческих предложений».
- Заключили 11 сделок со средним чеком от 150 тыс. ₽.
- В среднем контакт в запросе коммерческих предложений стоит для нас 600–800 ₽.

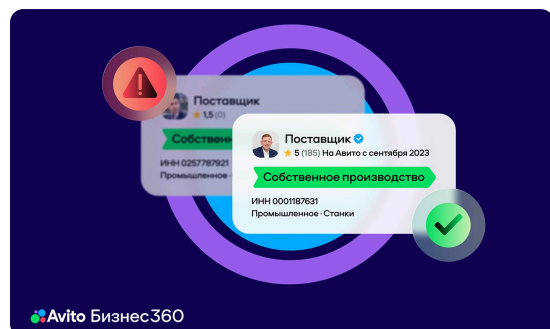
[Узнать всю историю](#)



### Techno Group

- Поставщик промышленного оборудования
- На Авито с 2020 г.
- 50% всех продаж приходят с Авито.
- Компания получает 80–90 заявок в месяц.
- Рассылка специальных предложений со скидкой помогает работать с отложенным спросом: 30% отправленных сообщений конвертируются в чаты.

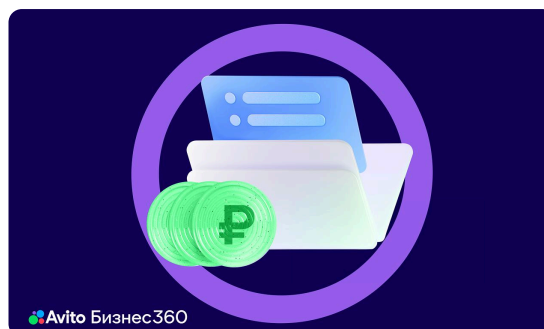
[Узнать всю историю](#)



### «Тендер Корп»

- Деловые услуги
- На Авито с 2020 г.
- 90% всех клиентов пришли с Авито в первый год работы с площадкой.
- 38 000 – 40 000 ₽ — средний чек за сделку
- 500 000 ₽ в месяц приносит Авито

[Узнать всю историю](#)



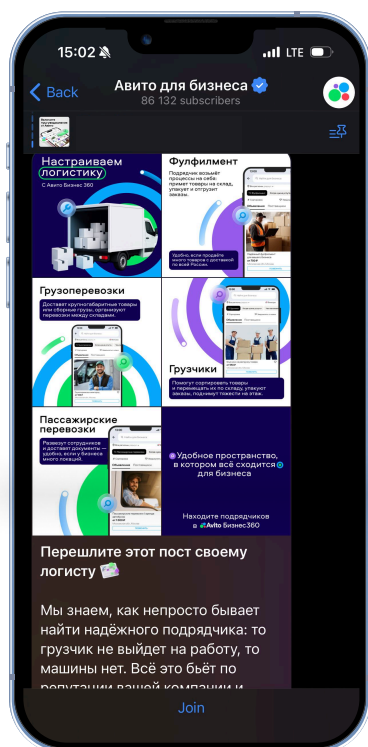
### GrillTime

- Производитель оборудования для ресторанов
- На Авито с 2010 г.
- 75–80% общего объема продаж приносит Авито.
- В 60 раз окупается продвижение на Авито.
- Средний чек 150 000 — 200 000 ₽.

[Узнать всю историю](#)



## Полезные Telegram-каналы для бизнеса



### Авито для бизнеса

Рассказываем, как развивать бизнес на Авито. Публикуем истории продавцов, аналитику и советы, которые помогут пользоваться платформой эффективнее.

Подписаться



### Оборудование для бизнеса на Авито

Помогаем эффективно продавать оборудование на Авито Бизнес 360. В канале — новости категории, аналитика, чек-листы и инструкции по продвижению.

Подписаться