

■ КОНСТАНТИН НАЗАРОВ

ДИСТРИБУЦИЯ x2

Как удвоить бизнес через одного
человека



Константин Назаров

Дистрибуция ×2

<https://litres.ru/74333102>

SelfPub; 2026

Аннотация

Книга-исследование о том, как удвоить выручку без рекламного бюджета — через пары: стратегические партнёрства с теми, у кого твои клиенты уже есть. Метод «маяков и джокеров»: сто клеток рынка, аудит связей, условия до встречи, экономика партнёрских пулов — и машина на искусственном интеллекте, которая ведёт этот конвейер за автора. Внутри — живой кейс месяца работы машины и маяк-менеджера на реальном ИТ-бизнесе: с цифрами, ошибками и честными выводами, что сработало, а что нет. В партнёрском канале основная часть выплат происходит после денег клиента: не рискуешь бюджетом — и делаешь в разы больше заходов. Для фаундеров и всех, кто продаёт дорогие продукты бизнесу. Это не курс «делай так» — это открытое исследование: присоединяйся, следующие главы можно написать на твоём рынке.

Содержание

Глава 1. Рост даёт человек, а не канал	6
Глава 2. Принцип трёх результатов	9
Глава 3. Циклы удвоения — где ты и сколько шагов до цели	11
Глава 4. Три роли: связной, маяк, джокер	13
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Константин Назаров

Дистрибуция ×2

Эта книга — про пару. Пара — это два предпринимателя, которые договорились помогать друг другу с продуктом друг друга и довели эту договорённость до денег. Не нетворкинг, не обмен визитками, не «будем на связи» — а письменные обязательства, общий учёт и процент с результата.

Для кого она. Для фаундера, которому нужно ускорить дистрибуцию: продукт есть, а канал дорогой, холодный и выгорает. Для фаундера на старте, которому нужно добежать до первого пилота, пока деньги не кончились. И для того, кто уже вырос и хочет вести десятки партнёрских линий параллельно — масштабироваться через маяков.

Что она обещает. Мелкий бизнес одна правильная пара может удвоить. Средний — серьёзно прирастить, порядка десяти процентов к выручке. Крупный — прибавить пару процентов, что при его объёмах тоже огромные деньги. Это не магия и не мотивация — это арифметика тёплого доступа, и вся книга объясняет, как эта арифметика собирается и почему она работает.

Как читать. Можно глазами, можно в озвучке — текст специально написан сплошной речью, без таблиц и схем. Сначала принципы — почему это работает. Потом роли и карта — с кем это работает. Потом механика — как это делается

руками, шаг за шагом. Дальше автоматизация и делегирование — как это работает без тебя. И в конце — с чего начать именно тебе.

И сразу — о жанре, по-честному. Это не книга победителя, который срастил тысячу партнёрств и заработал миллиард, а теперь продаёт вам мемуары. Это книга-исследование: живой конвейер, который работает прямо сейчас, с настоящими цифрами — включая неудобные. Здесь будут четыре пары, доведённые до общих чатов с учётом за девять дней. Будет кейс с потенциалом в сотни миллионов — и честным нулём клиентов, дошедших до денег за первые месяцы, с разбором, обо что это споткнулось. Будут узкие горла с обеих сторон и три вмешательства владельца на цикл. Метод живой, он развивается на ходу, и ты читаешь его в процессе, а не после хеппи-энда. Если тебе нужна гарантия — её здесь нет. Если тебе нужен работающий конвейер, который можно проверить на себе, — заходи, всё открыто.

Глава 1. Рост даёт человек, а не канал

■ ЧТО ТАКОЕ ПАРА

Рост даёт **человек**, а не канал



Пара — два фаундера, которые довели обмен связями до денег: письменные условия, общий учёт, процент с результата.

Начнём с главного разворота, на котором стоит всё остальное.

Реклама приносит по клиенту за раз — и ровно на ту сумму, которую ты заплатил. Остановил бюджет — остановился поток. Канал не помнит тебя, не доверяет тебе и не рекомендует тебя: он продаёт показы. Все каналы, которые работают,

перегреты именно потому, что работают: туда пришли все, ставки выросли, и заявка стоит на грани окупаемости. Это не временная болезнь рынка — это его устройство: любой открытый канал дорожает до тех пор, пока не перестаёт окупаться у большинства.

Человек устроен иначе. У человека есть то, чего нет ни у одного канала, — доверие тех, кто его знает. Когда он передаёт тебе своего знакомого со словами «посмотри, это стоящая штука», он передаёт не контакт — он передаёт часть своей репутации. Поэтому один правильный человек отдаёт не заявку, а канал целиком: круг людей, которые верят ему, а через него — тебе.

Это не наша выдумка, так работают самые большие компании мира. HubSpot почти половину выручки получает через партнёрские агентства и приведённых ими клиентов — это строчка из отчёта для биржи, а не из рекламного буклета. Atlassian, создатель Jira и Trello, — больше половины выручки через партнёров. У Salesforce семь внедрений из десяти ведут партнёры-консультанты. Гиганты, у которых есть деньги на любую рекламу мира, растут через людей. Вопрос не в том, работает ли это. Вопрос в том, почему этим до сих пор не пользуешься ты.

И про тёплое против холодного — коротко, но с опорой. Одна и та же сотня контактов даёт в холодную единицы откликов, а по рекомендации — десятки. Девять из десяти людей доверяют совету знакомого больше, чем любой рекламе.

ме. Рекомендованный клиент дешевле в привлечении, дольше живёт и меньше отваливается — это подтверждено исследованиями продаж через рекомендации, и это совпадает с тем, что ты сам знаешь по себе: последнюю серьёзную покупку для бизнеса ты почти наверняка сделал по чьему-то совету, а не по объявлению.

Вывод главы: дистрибуция — это не выбор между каналами. Это выбор между каналом и человеком. Дальше вся книга — про то, как находить правильных людей и превращать знакомство с ними в выручку.

Глава 2. Принцип трёх результатов

■ ПРИНЦИП ТРЁХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Смотри на **рычаг**, не на сделку

Результат 1

выручка напрямую



одна сделка

Результат 2

выход на маяк



канал целиком

Результат 3

выход на джокера



слой
рынка

Джокер даёт поток маяков: длиннее цепочка — больше рычаг забора рынка.

Прежде чем идти к людям, надо понимать, за чем именно идёшь. В партнёрстве есть три значимых результата, и они не равны друг другу.

Результат первый — выручка напрямую. К тебе приходит либо крупный клиент уровня энтерпрайз, либо большой пул клиентов на чеки поменьше. В любом случае это ощутимый объём денег: он либо умножает тебя, либо даёт существенный прирост в процентах. Важно слово «реальный»: резуль-

тат — это увеличение твоей выручки в деньгах, а не договор о намерениях и не тёплое общение.

Результат второй — выход на маяка. Маяк — это тот, у кого твои клиенты уже собраны: своя база, сообщество, клиентский портфель. Через одну дверь маяка приходит объём, сопоставимый с энтерпрайз-сделкой, — только идти к нему недели, а не год.

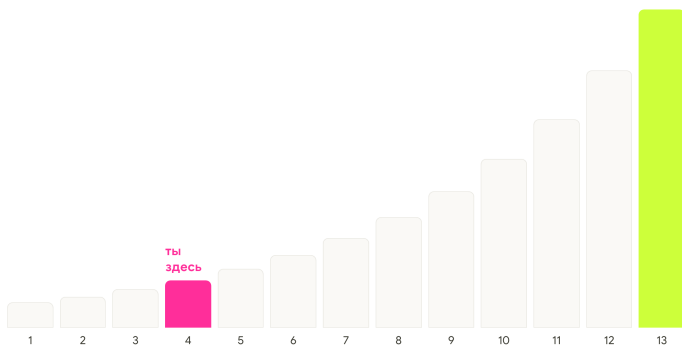
Результат третий — выход на джокера. Джокер — это тот, у кого много маяков. И вот здесь спрятан главный рычаг всей стратегии: джокер может дать тебе не одного маяка. Один раз доказав свою эффективность на первом маяке, ты получаешь от джокера поток маяков — а это уже целый слой рынка, а не один клиент и не один партнёр.

Зачем смотреть в эти многоходовые цепочки, если можно просто искать клиентов? Затем, что рычаг. Прямой клиент — это одна сделка. Маяк — это десятки сделок. Джокер — это десятки маяков. Более длинные цепочки выстраиваются дольше, но рычаг в них несравнимо больше — это рычаг забора рынка. Если ты играешь вдолгую, ты смотришь на все три результата сразу и понимаешь, какой из них тебе сейчас по силам.

Глава 3. Циклы удвоения — где ты и сколько шагов до цели

■ циклы удвоения

Тринадцать **удвоений** до гиганта



Подели выручку гиганта пополам тринадцать раз — найдёшь себя. Каждая ступень — **одно удвоение, одно партнёрство**. Бери один ближайший цикл.

Теперь про масштаб пути. Есть простое упражнение, которое отрезвляет и вдохновляет одновременно.

Возьми любую компанию-гиганта из своей отрасли — ту, на чьё место ты хотел бы встать. И раздели её выручку пополам. Потом ещё раз пополам. И ещё. Делить придётся примерно тринадцать раз, прежде чем ты доберёшься до выруч-

ки обычного малого бизнеса. Где-то в этой лестнице делений — ты. Посчитай, на какой ступени.

Что это даёт. Путь от тебя сегодняшнего до цели — это не «в тысячу раз вырасти», от чего опускаются руки. Это конкретное число удвоений: у кого-то тринадцать, у кого-то шесть, у кого-то три. А удвоение — это уже задача, которую решает одна правильная пара: мы с этого начали книгу. Стратегия перестаёт быть мечтой и становится лестницей: десять, пятнадцать, двадцать шагов-циклов, и каждый цикл — это партнёрство, которое тебя удваивает или заметно приращивает. Ты не обязан видеть весь путь — тебе нужно взять один ближайший цикл. Потом следующий.

И про ёмкость пути — принцип ста клеток. Твой целевой рынок можно представить как сто клеток: один маяк держит примерно один процент рынка, сто маяков — весь рынок. Сто партнёрств вместо ста тысяч заявок. И заполняется эта карта не годами холодных касаний: проходишь порядка сорока правильных разговоров — находишь себе десяток джокеров, а через них выходишь на маяков. В окружении, где люди понимают эту стратегию, это в разы эффективнее, чем на открытом рынке: тебе не надо объяснять механику каждому заново — вы все на одной волне.

Пятилетний план за полтора года — это не лозунг, это и есть арифметика ста клеток, пройденная через джокеров, вместо пяти лет платной рекламы с риском потерять бюджет и не получить клиентов.

Глава 4. Три роли: связной, маяк, джокер

■ АРИФМЕТИКА ДЖОКЕРА

Один джокер — до **тысячи крат**

1 джокер

открывает пять маяков

пилот

один процент базы у двух маяков — показал доход и кайф клиентов

вглубь

с одного процента базы до ста

×100

вширь

с одного маяка до десяти

×10

итого

целый слой рынка через одну дверь

×1000

Теперь — с кем всё это делается. В стратегии три роли, и путать их нельзя, потому что заход к каждой свой.

Начнём не с маяка, как все ждут, а со связного — потому что с него начинается настоящий алгоритм.

Связной — это базовое состояние любого предпринимателя, и твоё тоже. Человек, который может свести тебя со

своим окружением — не потому, что он твой клиент или партнёр, а потому что окружение ему доверяет. Это доверие — единственный ресурс, который по-настоящему что-то стоит. И у каждого связного окружение делится на три слоя, три когорты доверия. Первая — те, кто пойдёт на любую встречу по одному его слову, даже не вникая; таких всегда единицы. Вторая — те, кто посмотрит одностраничник, и если предложение зайдёт — пойдёт на встречу; здесь решается большинство связей. Третья — те, с кем он просто общается: можно закинуть пару слов, дальше одностраничник, и только потом встреча. Считай доверие, а не контакты: двадцать человек, которые идут по одному слову, сильнее тысячи подписчиков.

Маяк — тот, у кого твои клиенты уже собраны. И это не одна фигура, а четыре разных.

Маяк крупных сделок лично знает десяток компаний, каждая из которых — твой контракт. Так бывает только там, где клиентов мало, а чек большой. Маяк дорогого потребительского продукта — свой в узком кругу, где твои покупатели общаются между собой: человек, который знает всех, кто покупает квартиры в элитных районах. Маяк на инвесторах — если твоя модель про привлечение денег, твои «клиенты» — инвесторы, и маяк — тот, у кого они собраны.

А вот четвёртый подтип — самый недооценённый и самый массовый. При среднем и мелком чеке логика личных знакомств ломается: невозможно знать пять тысяч человек,

которые заплатят по пятьдесят тысяч. Зато человек может быть руководителем в компании, у которой эта база уже есть. Его работа — чтобы база была обработана лучше: он отвечает за метрики воронки — трафик, заявка, квалификация, сделка, повторная покупка. На каждом переходе своя метрика, и она где-то проседает. И очень часто ему проще поднять её не ресурсами своей компании, а встроив чужой партнёрский продукт — твой. Такие руководители и такие компании, готовые дать доступ к базе на партнёрских условиях, — это тоже маяки, и их на рынке больше всего.

Масштаб маяка считается от чека: у него лежит до сотни твоих клиентов, если чек крупный, и до сотни тысяч — если чек небольшой. Схема одна, меняется только масштаб.

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.