

Getxo >MEETING<



27 de febrero

Cómo Estructurar una Propuesta Comercial para Conseguir Más 'Sí'

Introducción

El 27 de febrero, en la sesión de GetxoMEETING, analizamos cómo estructurar propuestas comerciales que aumenten la confianza y fiabilidad, ayudando a tu cliente/a tomar una decisión con seguridad.

Diseñar una propuesta clara y estructurada no sólo mejora la percepción del valor, sino que también facilita la venta. Porque no sólo es que lo que hagas tenga valor, es que hay valor que hay que mostrar desde el principio para que te compren.

Ekonomia-Sustapena / Promoción económica
Getxo Elkartegia, Ogoño 1, 48930 Getxo (Bizkaia) 944660140
getxolan@getxo.eus • <https://www.getxo.eus/es/promocion-economica/>

Jarrai gaitzazu: /Síguenos en:



Estructura de una Propuesta Comercial Efectiva

Paso 0: Entrevista con Cliente/a

Si es posible, antes de elaborar la propuesta, es fundamental realizar una entrevista en la que:

- Se identifiquen las necesidades reales del cliente.
- Se indague en sus preocupaciones y expectativas (eso te ayudará en las distintas fases para mitigar objeciones)
- Se confirmen y reformulen sus respuestas para asegurar una comprensión mutua.

Paso 1: Elaboración de la Propuesta

La propuesta debe estructurarse de manera clara y comprensible para el cliente, incluyendo los siguientes elementos:

- 1. Necesidades Explicitadas por el Cliente**
 - Explicitar los puntos clave identificados en la entrevista para demostrar comprensión y alineación con sus expectativas. Usa sus propias palabras para generar empatía, que sienta “me está hablando a mí”, “esto es super personalizado”
- 2. Propuesta de Contenido**
 - Explicación detallada del servicio o producto.
 - Descripción de la metodología o enfoque.
 - Calendario y fases de implementación si aplica.
- 3. Beneficios**
 - Explicación de cómo la propuesta solucionará los problemas o mejorará la situación del cliente.

4. Propuesta Económica

- Presentación clara de la inversión requerida.
- Justificación del valor en relación con los beneficios.
- Diferenciar el producto y los servicios extras.
- Opciones de pago

5. Cierre con Fiabilidad

- Mención de clientes anteriores y casos de éxito.
- Inclusión de testimonios o reseñas verificables (Google, LinkedIn, etc.).

Paso 2: Seguimiento

No basta con enviar la propuesta; hay que hacer un mínimo seguimiento.

- Contactar después de enviar la propuesta para resolver dudas.
- Establecer próximos pasos claros para el cierre de la venta.

Conocer las objeciones que tiene es una buena oportunidad de reconducir y dar garantías, mitigar miedos. Las objeciones, bien miradas, son una muestra de interés.

Todo esto, claro, debe ser adaptable a tu tipo de negocio, sector etc. Pero seguro que te sirve para dar más cuerpo a tu propuesta y presentarla más completa.

Ekonomia-Sustapena / Promoción económica
Getxo Elkartegia, Ogoño 1, 48930 Getxo (Bizkaia) 944660140
getxolan@getxo.eus • <https://www.getxo.eus/es/promocion-economica/>

Jarrai gaitzazu: /Síguenos en:

