

## Claves para armar una Propuesta de Venta

La preparación de una propuesta de ventas requiere toda tu inteligencia comercial para que el cliente te elija. Son tus ingresos los que están en juego y gran parte de la posibilidad de éxito está en el modo de plantear la cotización.

Un cliente potencial te pide una propuesta. Sea cual fuere el servicio ofrecido, te enfrentarás a un **“momento de verdad”**: la venta está muy cerca y depende de tu presentación. Algunas claves para que tu propuesta aumente sus posibilidades de éxito:

1. **Pensar la propuesta a la medida del cliente.** Cada cliente puede esperar algo diferente de tu producto o servicio. Por lo general, cuenta con un presupuesto para la compra o proyecto. Tener en claro qué necesidades tiene, cuánto espera invertir y de qué forma cree que lo podés ayudar, es esencial para enfocar tu propuesta. No siempre es fácil obtener esta información, pero vale la pena explorar y repreguntar para que tu propuesta no quede fuera de las expectativas.
2. **Analizar contra quién se está compitiendo.** Aún cuando no hay una competencia directa involucrada –otros proveedores que ofrezcan algo similar a tu propuesta–, es posible que el proyecto compita contra otros. Por ejemplo, una reparación del hogar puede ser una alternativa a cambiar el auto, o un proyecto de capacitación para una empresa puede competir indirectamente con la incorporación de una nueva máquina.
3. **Entender quién y cómo tomará la decisión.** No es igual la presentación para convencer a un técnico a la que impulsará a un financiero, o la que enamorará a un comprador más emocional. Buscá información sobre la empresa y las personas que van a participar o influenciar la decisión de compra.
4. **Incluir toda la información relevante.** La propuesta debe contener todo lo solicitado por el cliente -por lo general, precio, plazos, aspectos técnicos-, así como otros datos básicos que permiten evaluar y comparar la cotización.
5. **Presentarla en los tiempos y en la forma adecuados.** Una excelente propuesta fuera del plazo pedido o muy desprolija puede significar un esfuerzo malgastado. Considerá no solo lo que el cliente te solicite, sino también la manera de causar un impacto que te diferencie de la competencia. Presentar tu propuesta primero, mostrar anticipos de tu trabajo o acompañar la presentación con una reunión, pueden ser factores clave para ganar el proyecto al mostrar una forma proactiva de trabajar.

Fuente: *buenosnegocios.com*