

DOCUMENTO COMERCIAL DE ALTO IMPACTO

CÓDIGO	AUTOR	DURACIÓN ESTIMADA	NIVEL DE FORMACIÓN
10B03C03	Leticia Del Corral	10 h	Medio

Dirigido a

Profesionales comerciales, responsables de ventas, perfiles preventa y desarrollo de negocio que quieran transformar una solución comercial en un documento claro, convincente y profesional orientado a facilitar la decisión del cliente.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumnado aprenderá a estructurar y redactar propuestas comerciales de alto impacto. Se priorizarán la definición precisa del alcance y los entregables, la formulación de argumentos de valor y diferenciación, el uso de evidencias y la organización del documento con un lenguaje y un diseño que mejoren la comprensión, la credibilidad y la lectura ejecutiva.

COMPETENCIAS

1. Definir alcance, solución y entregables de una propuesta comercial para traducir necesidades detectadas en una oferta viable y comercialmente comprensible.
2. Construir argumentos de valor y diferenciación en propuestas comerciales para justificar la solución frente a alternativas, precio y competencia.
3. Redactar propuestas comerciales claras, ordenadas y orientadas al cliente para mejorar lectura, credibilidad y percepción profesional de la oferta.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Delimitar alcance de la solución, diferenciando objetivos, actividades, entregables, responsabilidades, exclusiones y supuestos necesarios para evitar malentendidos comerciales. Estructurar alternativas de solución cuando proceda, comparando opciones por valor, esfuerzo, riesgo, plazo, coste y adecuación al cliente. Redactar entregables y condiciones operativas con lenguaje claro, verificando coherencia entre necesidad diagnosticada, solución propuesta y capacidad real.
2. Convertir características de la solución en beneficios relevantes, vinculándolos con problemas, prioridades, impactos y objetivos concretos del cliente. Formular argumentos de diferenciación que comparen la propuesta con alternativas reales sin recurrir a mensajes genéricos, exagerados o poco verificables. Integrar evidencias, casos o indicadores disponibles para reforzar credibilidad, reducir percepción de riesgo y facilitar la decisión del cliente.
3. Ordenar la propuesta con una estructura lógica que facilite lectura ejecutiva, comprensión del valor, revisión interna y toma de decisión. Revisar lenguaje, tono y diseño documental para eliminar ambigüedades, exceso de información, mensajes internos o elementos poco profesionales.

CONTENIDOS**Unidad 1. Estructura de solución y alcance**

1. Alcance profesional de la solución propuesta
 - 1.1 Objetivos prioritarios del cliente
 - 1.2 Problemas que resuelve la oferta
2. Entregables, responsabilidades y condiciones operativas
3. Alternativas de solución comercial
 - 3.1 Opción mínima viable
 - 3.2 Opción recomendada al cliente
 - 3.3 Opción ampliada o escalable
4. Exclusiones, supuestos y límites comerciales
5. Coherencia entre necesidad y solución

Unidad 2. Argumentos de valor y diferenciación

1. De características a beneficios comerciales
2. Argumentos vinculados al diagnóstico
 - 2.1 Problemas prioritarios del cliente
 - 2.2 Impactos operativos y económicos
3. Diferenciación frente a alternativas
 - 3.1 Competidores directos comparables
 - 3.2 Alternativas disponibles del cliente
 - 3.3 Inacción como alternativa real
4. Evidencias y prueba de valor
5. Mensajes para facilitar la decisión

Unidad 3. Redacción y diseño del documento

1. Estructura documental de la propuesta
2. Lenguaje claro orientado al cliente
3. Diseño, lectura y credibilidad