

DEFENSA Y SEGUIMIENTO DE PROPUESTAS COMERCIALES

CÓDIGO	AUTOR	DURACIÓN ESTIMADA	NIVEL DE FORMACIÓN
10B03C04	Leticia Del Corral	10 h	Medio

Dirigido a

Profesionales comerciales, responsables de ventas, perfiles preventa y mandos comerciales que deban presentar propuestas, defender su valor y realizar un seguimiento estructurado hasta la decisión del cliente.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumnado aprenderá a defender y acompañar una propuesta comercial después de su elaboración. Se trabajarán los argumentos de valor, el precio, las condiciones y el retorno esperado, la preparación de la reunión, la adaptación del mensaje y la gestión de objeciones, así como la definición de próximos pasos y el aprendizaje derivado de propuestas ganadas, perdidas o pendientes.

COMPETENCIAS

1. Construir argumentos de valor y diferenciación en propuestas comerciales para justificar la solución frente a alternativas, precio y competencia.
2. Presentar precios, condiciones y beneficios esperados en propuestas comerciales para facilitar comprensión económica, comparación de opciones y avance de decisión.
3. Preparar la presentación oral de una propuesta comercial para explicar valor, resolver dudas y orientar próximos pasos con el cliente.
4. Realizar seguimiento y aprendizaje posterior de propuestas comerciales para mejorar ratios de avance, calidad documental y eficacia comercial futura sostenible.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. 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.
2. Explicar precio y condiciones comerciales de forma ordenada, evitando ambigüedades sobre alcance, plazos, servicios incluidos, garantías o restricciones. Relacionar inversión y beneficios esperados mediante argumentos comprensibles que ayuden al cliente a valorar retorno, riesgo y prioridad.
3. Adaptar la presentación de la propuesta al perfil de los asistentes, priorizando mensajes, evidencias, riesgos y decisiones esperadas. Resolver dudas y objeciones sobre alcance, precio, plazos o valor, manteniendo coherencia con el documento enviado al cliente.
4. Definir próximos pasos de seguimiento tras enviar o presentar la propuesta, concretando responsables, fechas, compromisos y señales de avance. Analizar resultados de propuestas

DEFENSA Y SEGUIMIENTO DE PROPUESTAS COMERCIALES

ganadas, pérdidas o pendientes para detectar mejoras en diagnóstico, enfoque, precio, argumentación y presentación.

CONTENIDOS**Unidad 1. 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 2. Precio, condiciones y retorno esperado

1. Precio dentro de la propuesta comercial
2. Condiciones comerciales y límites relevantes
3. Retorno esperado para el cliente

Unidad 3. Presentación y defensa de propuesta

1. Preparación de la reunión de propuesta
2. Mensajes para perfiles de cliente
3. Gestión de dudas y objeciones

Unidad 4. Seguimiento y mejora de propuestas

1. Seguimiento posterior a la propuesta
2. Señales de avance y bloqueo
3. Aprendizaje comercial entre propuestas