

# Venta estratégica 2: Proponer y desarrollar

## Guía de seguimiento: Aspectos clave aplicables

ASPECTO TRABAJADO	COMPORTAMIENTO ESPERADO
<b>La estructura para presentar una propuesta estratégica</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Recordar todos los datos que resumen el <i>Pain &amp; Gain</i> del cliente (el problema que tiene, los síntomas, las causas, los riesgos, las personas afectadas, los plazos..., o el reto que tienen, los objetivos marcados, los plazos...).</li><li>2. Resumir el contexto del negocio del cliente (tendencia del mercado, de la categoría, los competidores, amenazas, oportunidades...).</li><li>3. Presentar nuestra solución de la forma más sencilla de entender posible....</li><li>4. Resaltar los beneficios (cómo cada característica de nuestra propuesta encaja con una necesidad del cliente).</li><li>5. Explicar cómo la ejecutaremos: Para dar seguridad y tranquilidad al cliente.</li></ol>
<b>Cómo gestionar las opiniones y el <i>feedback</i> de los interlocutores a los que presentamos la propuesta</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. En primer lugar, hemos de asegurarnos de conocer la opinión de todos nuestros interlocutores, y no quedarnos bloqueados o intentar hacer cambiar la opinión de quien nos diga que no.</li><li>2. Nos den el <i>feedback</i> que nos den, lo hemos de agradecer.</li><li>3. En caso de que el <i>feedback</i> sea negativo (no me gusta la propuesta), lo agradecemos y pasamos al siguiente.</li><li>4. En caso de que el <i>feedback</i> sea positivo (sí me gusta), lo agradecemos y preguntamos más, para hacerlo más grande (¿por qué?).</li><li>5. Una vez sabemos cuál es la opinión de todo el mundo, es el momento de decidir la forma en la que las vamos a gestionar. Si hay más personas a favor que en contra podemos usar a los que están a favor para que ellos mismos convencan a los que no. En caso de que sea al revés, entonces es el momento de revisar nuestra propuesta...</li></ol>
<b>Estructura de una buena reunión de seguimiento / desarrollo</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Preguntar por lo que ha ido mejor en el proyecto actual.</li><li>2. Alargar los puntos positivos.</li><li>3. Preguntar qué podríamos mejorar para un siguiente proyecto</li><li>4. Preguntar por el proyecto.</li><li>5. Acordar las siguientes acciones .</li></ol>
<b>Anticipar los riesgos de que el proyecto no avance</b>	<p>Hemos de ser proactivos a la hora de evitar los riesgos de que un proyecto estratégico se encalle internamente.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Destapar el posible riesgo: Preguntar a nuestro contacto por los motivos por los que el proyecto podría quedar parado.</li><li>2. Darle reconocimiento por su franqueza</li><li>3. Fomentar la alianza: Preguntarle por sus ideas para anticiparnos a los riesgos.</li><li>4. Prescribir nuestra solución de expertos (si es diferente a lo que propone el cliente).</li></ol>