



DIVERSIDADE E
INCLUSÃO

Como Montar PROPOSTAS COMERCIAIS



CLIQUE NESTE LINK AGORA

https://www.youtube.com/watch?v=fhnd8gYNUOU&ab_channel=BIGMOTIVA%C3%87%C3%83O

Muitas pessoas me perguntam como montar uma proposta comercial.

Isso é mais do que natural.

Afinal, **o envio desse documento acontece no momento final da negociação.**

É, portanto, responsável por eliminar a última barreira para a conversão do cliente. No entanto, sua criação não é uma tarefa tão simples.

Ela deve conter informações cruciais para a tomada de decisão.

Ao mesmo tempo, precisa de objetividade, já que o cliente carece de tempo e quer tudo para ontem.

Proposta Comercial: O Que É e Como Montar Passo a Passo

Além disso, há outros elementos a considerar, como a aparência, o tom de voz e o formato, apenas para citar alguns exemplos.

Afora o fato de ter que se adaptar a cada cliente.

Parece uma missão impossível? Mas não é.

Basta conhecer os atalhos para chegar o mais próximo possível do formato ideal para encantar clientes.

Proposta Comercial:

O Que É e Como Montar Passo a Passo

- *O que é Proposta Comercial*
- *Montando Propostas Comerciais de Serviço*
- *Objetivos da Proposta*
- *Conheça o Cliente*
- *Defina o Formato*
- *Planeje o Conteúdo*
- *Organize o Follow-Up*
- *10 Itens Essenciais*
- *Estilos de Propostas*
- *Como finalizar a Proposta*
- *Modelos*
- *Conclusão*

Proposta Comercial: O Que É e Como Montar Passo a Passo



https://www.youtube.com/watch?v=amEwCqHf3ZM&ab_channel=Mirago

Proposta comercial é um documento redigido por um vendedor para um potencial comprador. É o último passo antes do fechamento do negócio. Esse elemento é composto por uma série de componentes que visam persuadir o cliente, podendo variar de tamanho, modelo e formato.

Ou seja, podemos entender uma proposta comercial como a etapa final de uma negociação, na qual são descritos todos os benefícios do produto ou serviço oferecido. É a cartada final para convencer o cliente que a sua solução é a melhor para ele.

O que é Proposta Comercial ?



As propostas podem conter outras informações, desde detalhes como passo a passo assim que o cliente realizar a compra, valores envolvidos, particularidades da empresa, metodologia de trabalho, entre outros componentes, são comuns em propostas comerciais. Em outras palavras, apesar de existirem padrões, propostas comerciais não são iguais, lembre-se sempre de personalizá-la de acordo com a circunstância e as preferências de quem irá recebê-la.

Como montar uma Proposta Comercial ?



Criar uma proposta comercial de serviços é um serviço personalizado, assim como o de um arquiteto.

Você pode até saber como fazê-lo, mas **é preciso se adaptar às necessidades do cliente.** Localização, topografia e designs devem ser considerados. No caso da proposta comercial, temos as particularidades da empresa.

Por isso, **é preciso verificar os problemas que o negócio tem, seu tamanho, seu orçamento e o nicho de mercado, entre muitos outros elementos.**

Mas a verdade é que podem haver mais ou menos itens. São variáveis definidas por meio da análise e planejamento.

Como montar uma Proposta Comercial ?



Há alguns itens que são frequentemente considerados para estruturar esse documento. São eles:

- **Informações da empresa:** aqui, são detalhadas as informações do prestador do serviço, como qualificações e diferenciais.
- **Problemas que a empresa soluciona:** de acordo com o que deseja o cliente, o foco se volta à resolução das dificuldades e quebras de barreiras que dificultam ou impossibilitam o desenvolvimento do negócio.
- **Valores e processos:** Esse componente é muito importante, pois esclarece as dúvidas antes mesmo que elas surjam. Além, é claro, de informar o preço.



Objetivos da Proposta

Todas os demais passos dependem do objetivo, então, **foque em apenas um para facilitar o fluxo do processo.** Ser genérico demais nessa hora muito mais atrapalha do que ajuda.

O primeiro passo consiste em **definir o objetivo da proposta**, e é muito importante que ele seja único.

Não espere que o cliente realize múltiplas ações, como solicitar um orçamento e fechar o negócio, por exemplo.

Conheça o Cliente



Passamos pela era da informação.

Isso quer dizer que **existem diversos dados disponíveis sobre a empresa na própria internet**, mas você também pode coletar referências por meio de pesquisas.

Ao **conhecer o seu cliente, seus dilemas e barreiras enfrentadas, você estará apto a focar naquilo que lhe interessa.**

Não adianta escrever um manuscrito de dez páginas inteiras, pois ele receberá ofertas semelhantes de muitas outras empresas.

Por isso, **saber os detalhes é fundamental para aproveitar o seu espaço. Ser sucinto e interessante. Esse é o seu desafio.**

Defina seu Formato



Muita gente não sabe, mas uma proposta comercial nem sempre é um documento escrito. Inclusive, existem diferentes formatos de conteúdo que podem se encaixar naquilo que você deseja.

Apresentações de slides, vídeos ou, em alguns casos, somente áudio, Infográficos, Webinars e em casos de clientes mais tradicionais, a famosa proposta comercial física, um catálogo de apresentação corporativa.

Como decidir? Voltando um passo e conhecendo seu cliente a fundo.

Planeje o Conteúdo



Não resta dúvidas de que o conteúdo é o ponto mais importante de uma proposta comercial.

Um bom planejamento permite que você coloque somente as informações essenciais para realizar a conversão.

Estruture-o de acordo com as prioridades, dispondo a mensagem em ordem.

Defina quem irá apresentar a proposta de acordo com as características da identidade da empresa/cliente. Uma empresa mais tradicional requer um consultor mais experiente por exemplo.

Organize o Follow-UP

Quando o cliente terminar de ler a proposta comercial, o que vem a seguir é um passo essencial para convencê-lo a realizar a ação desejada.

Mas você se surpreenderia com a quantidade de propostas que deixam a desejar por falhar nessa definição, não sabendo indicar o que o potencial cliente deve fazer.

Por isso, ao fim do conteúdo, deixe claro o que acontecerá na sequência.

Por exemplo, se for necessária uma última reunião, envie os horários e dias disponíveis.

Ou, caso a proposta tenha como objetivo o fechamento do negócio, deixe visíveis os contatos de suporte ou atendimento do seu negócio.

Lembre que você precisa ser sucinto, mas não incompleto.

***Follow-UP** é uma palavra em inglês que, quer dizer **acompanhamento**, acompanhar os clientes durante todo o processo de vendas.

Significa **prestar o atendimento adequado**, responder às dúvidas e solicitações, além de **ficar de olho no comportamento de compras** para sugerir outros produtos que estejam dentro do perfil.



1. Capa da Proposta

Diferentemente do que várias pessoas acreditam, a capa da proposta não é apenas um design bonito para chamar a atenção.

Trata-se da introdução da companhia, que contém informações sobre a mesma e um resumo do porquê ela deve ser escolhida.

A humanização também é relevante.

Nesse caso, é válido mostrar quem é o profissional por detrás da oferta, já que pessoas confiam em pessoas.

Mais que um representante da organização, o colaborador é alguém com quem o cliente manterá um relacionamento.

E isso exige identificação, que exige confiança.

9 Itens Essenciais para sua Proposta

NURAP - NÚCLEO DE APRENDIZAGEM PROFISSIONAL E ASSISTÊNCIA SOCIAL

RESPONSABILIDADE SOCIAL AO ALCANCE DE TODOS

ORGANIZAÇÃO

Fundado em 1987 por Rotarianos, o Nurap prepara talentos com o objetivo de ajudar seus parceiros na Inclusão Social

Mais de 50.000 pessoas atendidas pelos programas e projetos do Nurap

Inclusão e Diversidade + Responsabilidade Social

2. Índice da Proposta Comercial

Os clientes têm suas próprias vidas, problemas e responsabilidades, por isso, é natural que tente poupar tempo. **Um índice auxiliará o leitor a encontrar somente as informações que ele deseja observar, ou seja, as suas prioridades.**

Se um potencial comprador acessa a área que se refere ao preço e conclui que não há possibilidade de compra, provavelmente a descartará. Acredite, isso não é o fim do mundo.

Na verdade, poupará bastante tempo dos vendedores, que não precisarão gastar seus minutos com pessoas que não se tornarão clientes.

9 Itens Essenciais para sua Proposta

Índice

1.1 Introdução

2.1 Quem Somos

2.2 Nosso Serviços

2.3 Soluções em Tecnologia

3.1 Proposta

3.2 Relacionamento Comercial

3.3 Valores e Condições

3. Introdução

A introdução é um **resumo da sua proposta comercial**. Ela diz, em poucas palavras, qual é o **objetivo e em que o seu serviço ou produto ajudará o cliente em questão**.

Ela serve para incentivar a continuidade da leitura, garantindo que ele não a abandonará nas primeiras linhas.

Aí, você tem um grande desafio, que é dar um recado objetivo, mas não menos interessante.

9 Itens Essenciais para sua Proposta



4. Metodologia

A metodologia se refere aos processos realizados. Nesse caso, é preciso deixar claro o processo de demanda.

Empresas prestadoras de serviços devem determinar como os profissionais irão atuar, suas rotinas e ferramentas utilizadas. Deixar claro como será o dia a dia dos serviços prestados é definir a metodologia.

Porém, existem muitos outros modelos e fatores que precisam ser explicados. Clarifique-os para que o cliente não tenha nenhuma dúvida e não fique insatisfeito mais à frente.

9 Itens Essenciais para sua Proposta

5. Objetivos

Os objetivos da proposta devem ser descritos de modo direto.

Se possível, gaste o menor espaço possível para tal, facilitando a compreensão da mensagem.

Ao observar que os objetivos de ambas as companhias são alinhados, o cliente prosseguirá.

Caso contrário, não há motivos para que a comunicação continue.

9 Itens Essenciais para sua Proposta

6. Cronograma

O cronograma contém informações relacionadas ao tempo. Entre elas, estão as seguintes definições:

- **Quando o produto será entregue**
- **De quanto em quanto tempo é renovado**
- **Qual a data de pagamento regular**
- **Quando o prazo para finalização do serviço**
- **Datas de cada etapa de processo.**

Não deixe nada de fora para que não falte clareza.

7. Escopo

O escopo é uma versão abreviada do produto ou serviço oferecido.

Escopo pode significar um local bem determinado com o **intento de se atingir**, um objetivo que se pretende atingir, como um propósito e também pode significar o limite ou abrangência de uma operação, como um trabalho ou uma campanha.

Tome cuidado para não se prolongar demais.

8. Valores de investimento

A indicação de valores é essencial em uma proposta comercial.

Nesse quesito, insira o preço, o parcelamento, as opções de pagamento, vencimentos e outras informações relacionadas ao investimento exigido do cliente.



10 Itens Essenciais para sua Proposta

9. Informações sobre a sua empresa

Por fim, temos as informações da empresa. Diferentemente da introdução, aqui, você pode detalhar mais sobre o seu negócio, até mesmo com depoimentos de outros clientes satisfeitos. Pode também apresentar os parceiros e projetos sociais.

Estilos de Propostas

1. Solicitadas formalmente

Uma proposta formalmente solicitada é adequada quando você pretende responder a uma solicitação oficial de proposta. Nesse cenário, você conhece todos os requisitos e tem acesso às informações sobre um possível comprador. Tudo o que você precisa fazer para iniciar o processo de venda é escrever uma proposta para o comprador avaliar.

2. Solicitadas informalmente

Nesse caso, são recebidas quando não há uma solicitação oficial de proposta. **Um potencial comprador está interessado nos seus serviços e solicita uma proposta para que possa avaliá-los.**

Uma proposta solicitada informalmente exige muito mais pesquisas por parte do vendedor, pois geralmente são criadas a partir de conversas informais e não com base em solicitações oficiais que, geralmente, contêm mais informações.

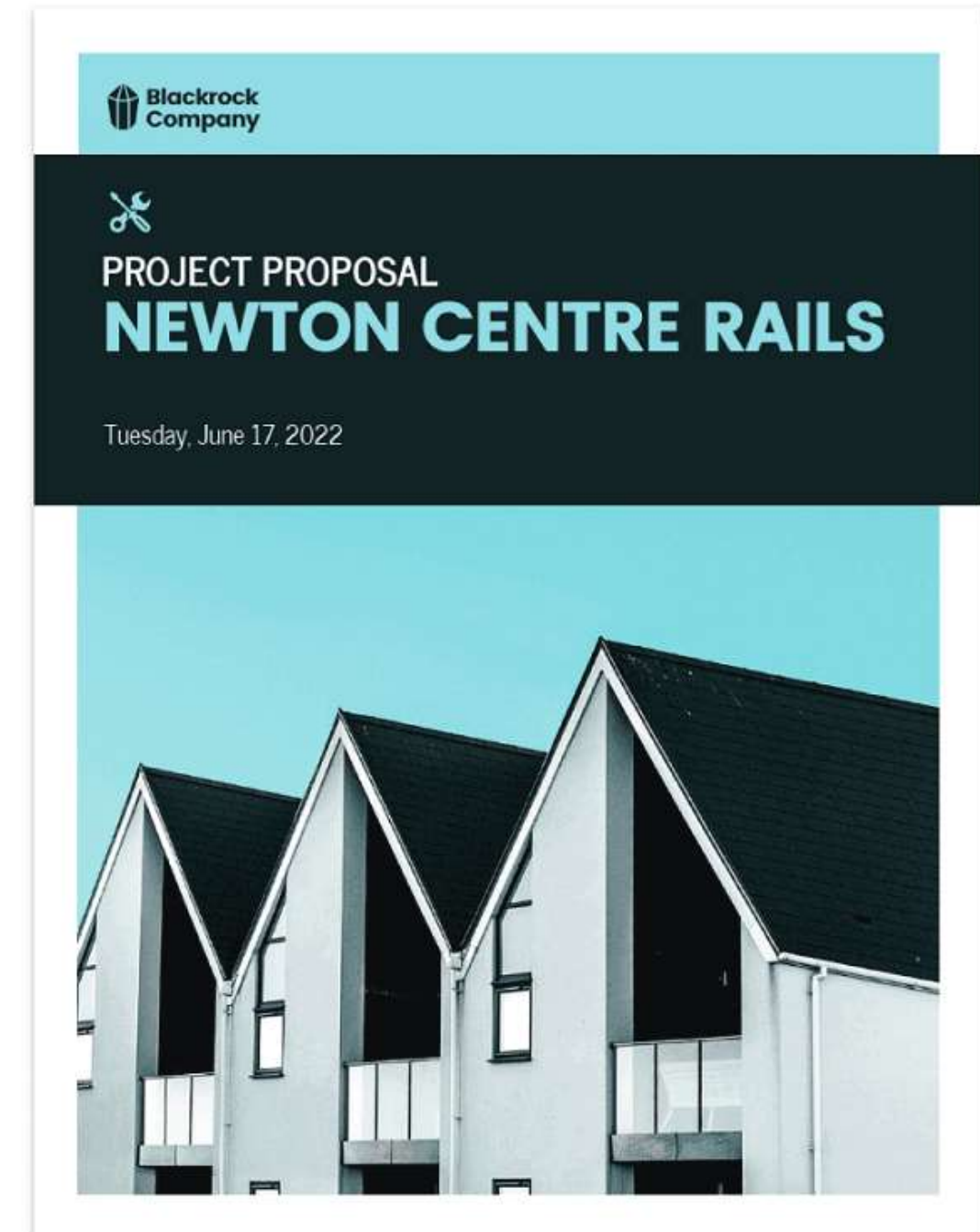


Estilos de Propostas

3. Espontânea

As propostas comerciais não solicitadas ou espontâneas frequentemente são genéricas, ou seja, adotam uma abordagem única e carecem de qualquer entendimento do comprador ou de seus requisitos.

Porém, com uma pesquisa mais aprofundada, personalização e identificação de pontos problemáticos do cliente, elas podem se tornar muito persuasivas.



Estilos de Propostas

DESCRIPTION

The Newlin-Carter Park is a neighborhood that is under-used. There are 25 acres of real estate that can revitalize the neighborhood, provide more residential spaces, help slow down the hot housing market and boost the economy. The project we have in mind will create over 4,000 residences that are highly accessible by transit, it will allow for 30+ retailers and organizations to set up shops and offices, and offer prime commercial real estate for corporations.

With 22 acres over a walking rail yard, three platforms, bridge over 20 urban train tracks, five rail tunnels and the new Bluegate Tunnel.

400 columns support the platforms and buildings. The columns (over 100 feet in diameter and 20 to 30 feet in depth) are drilled deep into the bedrock between existing tracks. Tilted towers extend from the surface, through the platforms, and then rise skyward. This eastern portion of the platform will use 25,000 tons of steel, 34,000 cubic yards of concrete and weigh more than 35,000 tons.

General building can start as early as March 2023 and the platform can be completed in 2024. Throughout construction, the park will remain operational, and the new NCT Subway extension (complete at the Newlin-Carter Park in 2027).

OBJECTIVES

- To establish 6,000 residences in a 5-year span, 1,200 each year
- To create 1 million sq. ft of prime retail space
- To create 800,000 sq. ft commercial real estate for corporate office space

SCOPE

As presented earlier, the development will consist of 6,000 residences, 1,000,000 square feet of retail space, and 800,000 square feet of commercial real estate.

The residences will be incorporated into a green space of about 400,000 square feet and which will include:



Leisure Park



Tennis Courts

3



Basketball Courts

4



Biking Trail



Outdoor Event Space

30,000 sq. ft.

TIMEFRAME

Phase 1 • 2022-2024

2,400 residences, 333,333 sq. ft of retail space, and 300,000 sq. ft.

Phase 2 • 2024-2026

2,400 residences, 333,333 sq. ft of retail space, and 300,000 sq. ft.

Phase 3 • 2026-2028

1,200 residences, 333,333 sq. ft of retail space, and 200,000 sq. ft.

Finalizar a Proposta



Uma proposta comercial é finalizada com um agradecimento. No entanto, caso você queira trazer algumas informações adicionais, este é o momento certo de fazer isso.

Aqui, você pode falar mais sobre o seu negócio, mostrar quem são seus clientes satisfeitos e até revelar um pouco do seu rol de produtos. Por fim, não se esqueça de colocar os dados relativos ao follow-up para garantir que haja continuidade na conversação.

Em resumo, não existe uma abordagem única para decidir quantas páginas você deve incluir na sua proposta comercial. E, no fim das contas, **“as únicas regras são as que você mesmo define”**.

Para resumir, escrever **propostas comerciais vencedoras significa entender seu comprador, suas potenciais preocupações e posicionar-se como alguém capaz de resolver esses problemas.**

Modelo Básico de Proposta

“Caro Marcos Paulo,

Agradecemos por considerar a nossa empresa para a solução de seus problemas. Para nós é um imenso prazer desfrutar dessa oportunidade.

Antes de mais nada, gostaria de dizer que eu e meu time estamos à disposição para responder a dúvidas a qualquer momento.

*Nós da **Empresa StarLigth** somos especialistas em prestar serviços no ramo de mercado. Com pouco mais de 32 anos de existência, já atendemos a uma cartela de 2.320 clientes, com uma média de aprovação de 93%. Diferentemente da concorrência, nosso foco é na sua satisfação. Você pode solicitar uma demonstração do serviço e cancelar após 30 dias. Mas, caso permaneça conosco, nossa equipe de suporte ficará disponível em qualquer dia da semana.*

Por meio da contratação de nossos produtos, você terá benefícios como:

- Sustentabilidade*
- Profissionais Capacitados*
- Projetos de Inclusão e Diversidade*
- Vanguarda na prestação de Serviços*
- Tecnologia e Inovação dos nossos Processos*

Tudo isso pelo valor de R\$ 20.000,00 abaixo da média do mercado.

Também teremos um profissional dedicado às sua estratégia durante boa parte do tempo.

Nossa metodologia foi testada e aprovada, como você verá em alguns depoimentos contidos nessa carta.

Nós acreditamos que podemos fechar uma parceria duradoura e de muito sucesso.

Se tiver qualquer pergunta, não hesite em fazê-la por meio do e-mail proposta@starlitgh.com.br

Agradecemos pela oportunidade.

Obrigado e sempre às ordens,

Norberto Matarazzo

proposta@starlitgh.com.br

Tel.: (11) 99322-5051”

Conclusão



Este artigo foi construído para apresentar o que é uma proposta comercial, como montar a sua própria e aumentar as suas conversões.

Não demore para enviar a apresentação da proposta e nem para responder o seu prospect. Lembre-se de que **ele provavelmente estará conversando em paralelo com seus concorrentes** e, nessas horas, estar a frente é uma grande vantagem.

Por esse motivo, é imprescindível que você faça o **Follow Up** até o fechamento ou desistência da proposta, tomando sempre muito cuidado para **não deixar o cliente sem resposta**.

Além disso, viu alguns exemplos de propostas comerciais utilizadas em empresas para aguçar a sua criatividade. Por fim, teve acesso a um template de modelo comercial que certamente fará toda a diferença quando for criar a sua.

Vídeos

Proposta Comercial de Vendas

<https://www.youtube.com/watch?v=se3czvo0B44>

Proposta Comercial de Eventos

<https://www.youtube.com/watch?v=mifWbBACR1U>

Referências

<https://pt.venngage.com/>

www.neilpatel.com/blog

Templates Gratuitos

<https://bitlybr.com/kivJEloL>

www.nurap.org.br



*DIVERSIDADE E
INCLUSÃO*

