Коммерческое предложение, по праву, считается одним из наиболее эффективных инструментов, задействованных в сфере продаж. Ведь от качества его написания и последующего использования напрямую зависит не только прибыль компании, но и ее продвижение, «образ» среди конкурентов и т.д. Нередко руководители фирм не уделяют его разработке достаточного внимания, не понимая в полной мере его значимости, когда речь заходит о привлечении клиентов.

Коммерческое предложение может быть оформлено в формате письма для email-рассылки или четкого «монолога», воспроизводимого по телефону. Какое подойдет вам? Зависит от специфики бизнеса, особенностей функционирования компании, ваших личных предпочтений, как менеджера или руководителя.

Какими бывают коммерческие предложения?

Существует две основных группы коммерческих предложений, каждая из которых имеет свои особенности, преимущества и специфику.

- «Холодное» коммерческое предложение. Очень часто его сравнивают со спамом, но это достаточно относительно. Как правило, его рассылают, что называется «всем подряд», чтобы охватить большую аудиторию, «поведать о компании миру». Нельзя сказать, что такой подход является максимально результативным, но с его помощью все-таки можно привлечь внимание. Холодные предложения считаются экономичными по времени и финансовым затратам, но могут вызывать некоторое раздражение у ваших потенциальных покупателей, если будут приходить слишком часто. Так что злоупотреблять ими не стоит.

- «Горячее» коммерческое предложение. Его специфика заключается в том, что его рассылка осуществляется после контакта с клиентом – прямого или непрямого. Например, после личной встречи, переговоров или заполнения анкеты. Благодаря этому значительно повышается вероятность того, что рассылка будет прочитана, но уже целевой аудиторией.

Какому бы коммерческому предложению не было отдано предпочтение, составлять его надо грамотно, с учетом потребностей клиентов. Оно должно цеплять, заинтересовывать с первого момента изучения, начиная от названия, заканчивая своим содержанием, подбором фото, наличием «горячей кнопки».

Как создается коммерческое предложение

Автор:

09.07.2018 08:51 - Обновлено 09.07.2018 08:52

Чтобы коммерческое предложение работало на благо вашего дела, необходимо четко определить его цель. Почему оно будет выгодным для покупателей? Есть ли у вас какие-либо преимущества перед конкурентами и можете ли вы их доказать? Какие действия вы хотите получить от своих клиентов? Ответы на эти вопросы помогут в решении этой задачи.

Ну а если вы хотите, чтобы этим занялись настоящие профессионалы, принимайте решение заказать коммерческое предложение на сайте <https://vtsconsult.ru/uslugi/kommercheskoe-predlojenie.html>. Здесь специально для вас подготовят оригинальный, захватывающий текст, который позволит завоевать расположение ваших клиентов и станет основой для успешного продвижения вашей компании.