

# Propuestas Ganadoras 2.0

## ¿Ganas el 80% de las ofertas que presentas?

Solo unas pocas organizaciones ganan la mayoría de las propuestas que presentan, y no importa el tipo de producto o servicio que vendan, ni a qué cliente o sector se dirijan, da igual, casi siempre ganan.

### ¿Qué es lo que no estamos haciendo bien?

Hay una serie de cosas que la mayoría casi siempre hacemos mal, como por ejemplo:

- no profundizar en el problema-necesidad del cliente
- no utilizar un enfoque convincente y persuasivo
- no diferenciar nuestra oferta de las de la competencia
- no aportar una "propuesta de valor" ganadora
- no resaltar los puntos clave de nuestra proposición; y además, dejamos la oferta plagada de errores y escrita en un lenguaje técnico difícil de interpretar para los que no son expertos.

### Existen formas de organizar las ofertas y propuestas, identificar y seleccionar los contenidos, y diseñar la manera en que lo vas a contar y presentar para conseguir ganar.

Algunas empresas ya lo están haciendo. Y no son mejores que tú. Tampoco los productos, servicios y soluciones que ofrecen son mejores que los tuyos. Lo que ocurre es que han aprendido a capturar la atención de los clientes, y a persuadir a los que toman las decisiones.

**Para conseguirlo**, solo necesitas enfocarlo de forma diferente y prepararte.

### Esto es exactamente lo que aprenderás en el curso-taller "Propuestas Ganadoras 2.0".

No se trata de hacer más ofertas, ni de clonarlas de otras anteriores. En su lugar, se trata de centrarte en el cliente, sus necesidades y problemas, e identificar lo que desean y necesitan conseguir. Después se trata de crear una solución adaptada a cada situación, que resuelva los problemas, que aporte valor, que sea atractiva, y al mismo tiempo, que te mantenga en ventaja sobre tus competidores.

### Este taller práctico, mejorará tu rendimiento y acelerará significativamente tu curva de aprendizaje.

Es intensivo y práctico, está diseñado para ayudarte a ganar más contratos y alcanzar tus objetivos de crecimiento de negocio, independientemente de qué vendas y a quién se lo vendas.



**Mariano Paredes**

### Los Detalles

#### Cuándo

19 de septiembre de 2012

#### Dónde

Affirma Network Business Center

Paseo de la Castellana, 164-166 entreplanta 1ª

28046 Madrid

#### El curso-taller "Propuestas Ganadoras 2.0" incluye:

- Material de preparación previa
- 1 día de taller intensivo
- Manual del alumno
- Seguimiento post-taller vía email
- Acceso a cuestionarios y material complementario

---

# Descripción del Programa

---

## ¿Quién debe asistir?

Profesionales relacionados con la preparación de ofertas y propuestas. Esto incluye a:

- Bid Managers
- Proposal Managers
- Directores y Jefes de proyectos
- Consultores
- Responsables de venta
- Responsables de preventa

## Valor para los asistentes en 3 bloques de aprendizaje

El taller está estructurado en tres bloques claramente diferenciados:

**Bloque I.- Competir con los mejores y ganar.** En este bloque aprenderás cómo compiten los mejores. Utilizaremos un caso real de competencia en el deporte de elite. Fijaremos los conceptos clave para crear propuestas ganadoras:

- Los 7 pecados capitales de las ofertas y propuestas de negocios
- Las 4 claves de las propuestas ganadoras:
  - persuadir para convencer
  - centrarse en el cliente
  - hacer una propuesta de valor convincente
  - contarlo con claridad

**Bloque II.- Construir la propuesta.** En este bloque trabajamos los aspectos más técnicos de ofertas y propuestas. Que tienen que ver, entre otros, con:

- Persuasión
- Proceso y enfoque metodológico de construcción de una oferta
- Creación de la “proposición de valor”
- Estructura de “Cartas propuesta” y “Propuestas formales”
- Resúmenes ejecutivos
- Construcción del business-case de la oferta

Hacemos especial énfasis en lo que se debe hacer y en cómo se debe hacer, aportando técnicas, métodos, ejemplos, casos prácticos, cuestionarios y checklists de guía y control.

**Bloque III.- Benchmarking. ¿Son buenas tus propuestas? Compáralas con las mejores.** En esta parte del taller podrás comparar una de tus propuestas con:

- Las mejores prácticas del mercado
- Otras propuestas de los asistentes al taller

Y todo ello manteniendo la más escrupulosa independencia y anonimato.

## Algunos asuntos tratados

- El mito de la toma de decisiones
- 7 claves para mantener el foco en el cliente
- Comprender al cliente. El principio de Cicerón
- Checklist para propuestas consultivas
- Opportunity Analysis Worksheet
- Red de conocimiento
- Escribir un “business case”
- Presentación de precio y valor
- Matriz de cumplimiento
- Escribir KISS
-

# Agenda del Taller de Trabajo

## BLOQUE I COMPETIR

### Competir con los mejores y ganar

- ¿Cómo compiten los mejores?
- Un caso de competencia en el deporte de élite
- Los 7 pecados capitales
- Las 4 claves para ganar:
  - Persuadir para convencer
  - Foco en el cliente
  - Propuesta de valor
  - Claridad

## BLOQUE II CONSTRUIR PROPUESTAS

### ¿NECESITAS GANAR?

#### Los retos

- Profesionales y "escritores"
- Personalizar las propuestas

#### PERSUASIÓN

#### Cómo deciden los clientes

- El mito de tomar decisiones
- Cómo decidimos realmente

#### Estructura de la persuasión

- Información
- Evaluación
- Elementos de la persuasión
- Claves de la persuasión

#### Mensajes centrados en el cliente

- 7 claves para mantener el foco en el cliente
- Redefinir las necesidades para hacer una propuesta consultiva
- Checklist de propuestas consultivas
- Donde hacer énfasis

#### Comprender al cliente. El Principio de Cicerón

- Analizar a la audiencia
- Adaptarse a las personalidades
- Adaptarse a los 4 niveles de experiencia
- El role y los valores del "decision-maker"

### Fabricando credibilidad

- Las preguntas que se hace el "decision-maker"
- Los 4 contenidos de la propuesta
- Crear credibilidad con detalles

### FABRICAR PROPUESTAS Proceso de construcción y enfoque metodológico

- Crear fundamentos sólidos
- Pasos y claves para revisar RFPs SOWs y licitaciones
- Evitar esfuerzos tomando decisiones inteligentes
- Análisis go-nogo
- ¿Vas a recuperar el coste de escribir la propuesta?
- Crear un plan de propuesta
- Crear el equipo de propuesta
- Inicio del proyecto de construir la propuesta (opportunity-analysis-worksheet)
- 8 claves para crear y editar la versión 1.0
- Refinar, imprimir y publicar

### Organizar las ideas.

#### Escribir con el lado derecho del cerebro

- Red de conocimiento
- Crear una red de conocimiento (brain-storming, comprobar, priorizar)

#### Propuesta de valor ganadora

- Propuestas de valor y errores
- Propuesta de valor (tipos, diferenciación, evidencias)
- Demostrar el valor con temas ganadores
- Modelo "valor-diferencia"

#### Estructura de una "Carta Propuesta"

- Organización y claves para escribir "Cartas Propuesta" ganadoras

#### Estructura de la "Propuesta Formal"

- Proteger la propiedad
- Escribir el "business-case":

- Organización
- Contenidos
- Secciones
- Resumen Ejecutivo
- El cuerpo de la propuesta
- Recomendar y sustentar la solución:
  - Líneas maestras
  - Describir productos
  - Describir servicios y procesos
  - Casos de estudio eficaces
  - Responder a RFPs
  - Matriz de cumplimiento
  - Gráficos
  - Presentar precio y valor

### Después de enviar la propuesta

- Seguimiento de la oportunidad
- Evaluación interna

## BLOQUE III BENCHMARKING

### Compara tus propuestas con las mejores

Analizaremos los 9 conceptos que más valoran los clientes.

Cada alumno llevará a la sesión una propuesta pequeña, de unas 20 a 30 páginas.

El instructor presentará los conceptos a evaluar y dará pautas para que cada asistente auto-evalúe su propuesta.

Las respuestas se recogerán de forma anónima y se agregan a un panel de resultados.

Al final de la sesión, presentaremos un cuadro de mando con los resultados agregados, cada asistente -que mantendrá una ficha personal con su auto-evaluación- podrá comparar sus resultados:

- Contra los del grupo
- Contra las mejores prácticas del mercado.

---

# Preparación Previa & Seguimiento Posterior

---

## Antes del taller

Cuanto más preparado estés antes de este taller, más te vas a aprovechar de él. Tan pronto como te registres, se te enviará un documento de trabajo para que te centres en una oferta o propuesta de tu empresa. Durante el taller, vas a utilizar tu trabajo de estudio previo y el análisis de la propuesta para compararla con otras e identificar oportunidades de mejorarla.

## Seguimiento posterior

Al asistir a este programa, obtienes un mes de soporte de correo electrónico gratuito, de un valor estimado de más de 200 €. Si crees que estás teniendo dificultad con cualquiera de los conceptos presentados en el taller, simplemente envía un correo electrónico a Mariano Paredes. Recibirás comentarios, ideas y posibles soluciones a tus preguntas, en la mayoría de los casos, en el mismo día.

Este entrenamiento "just-in-time" ayuda a la aplicación de lo aprendido en el taller. Además, te servirá para resolver las dudas y obstáculos que te encontrarás al cambiar la forma en que construyes tus propuestas.

## Propuestas Ganadoras

Al asistir a este programa, se te invita a acceder por tiempo ilimitado a nuestro blog de **Propuestas Ganadoras**, donde encontrarás ideas que te ayudarán a preparar y presentar las mejores propuestas a tus clientes, y se te proporcionará acceso a videos relacionados.

El acceso al blog con artículos, presentaciones y los videos te permite:

- Reforzar lo aprendido en el taller.
- Nuevas ideas para ayudar a hacer crecer tu negocio.
- Descubrir nuevas formas de enfocar tus ofertas y propuestas.
- Preparar tu siguiente paso, que es presentar tus **Propuestas Ganadoras con éxito**

---

# Información para Inscripción

---

## Tu Inversión

La matriculación en el programa incluye todo el material del curso, un mes de soporte por correo electrónico, acceso ilimitado al blog y videos de "**Propuestas Ganadoras 2.0**".

- Registro individual: 350 €
- Registro antes del 30 agosto de 2012: 300 €
- Segundo y siguientes asistentes de la misma empresa: 250 €

## Confirmación de Inscripción

La asistencia al programa se va completando por orden de inscripción. El aforo está limitado a 30 participantes. Tu plaza solo estará confirmada después de recibir el pago.

- Complimentación y envío del formulario de la página siguiente a [inscripciones@advancedpm.es](mailto:inscripciones@advancedpm.es)
- Transferencia, depósito o ingreso en cuenta bancaria a la cuenta: [2038-2960-78-6000050568 \(Bankia\)](tel:2038-2960-78-6000050568)

Tan pronto como recibamos tu pago, se te enviará confirmación oficial, y un cuestionario para cumplimentar previamente a la celebración del taller.

## Horario

Comenzaremos la jornada a la hora exacta indicada en el programa el jueves 12 de julio de 2012:

- 8:30 Registro de asistentes y Networking
- 9:00 Inicio del taller
- 11:30 Café y Networking
- 12:00 Reanudación de la sesión matinal
- 13:30 Almuerzo
- 14:30 Inicio de la sesión vespertina

- 16:30 Café y Networking
- 17:00 Reanudación de la sesión vespertina
- 19:00 Finalización y clausura del taller

## Cafés y Almuerzo

El almuerzo y los cafés no están incluidos en el precio del taller, por tanto irán por cuenta del participante, así como otras consumiciones y gastos personales.

## Política de Cancelación

Deberá ser comunicada por escrito al mail [cancelaciones@advancedpm.es](mailto:cancelaciones@advancedpm.es). Si se comunica hasta 15 días naturales antes de la fecha de celebración del curso, se devolverá el importe de cada inscripción menos un 50% en concepto de gastos operativos. Pasado este periodo no se reembolsará el importe de la inscripción pero se admite la sustitución de su plaza, que deberá ser notificada por escrito hasta un día antes de la celebración del curso en [inscripciones@advancedpm.es](mailto:inscripciones@advancedpm.es). La asistencia al curso únicamente estará garantizada si el pago del evento es realizado antes de la fecha de su celebración.

## Ubicación

El taller se celebrará

### Cuándo

19 de septiembre de 2012

### Dónde

Affirma Network Business Center

Paseo de la Castellana, 164-166  
entreplanta 1ª

28046 Madrid

---

## Formulario de Inscripción

---

Nombre: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

Posición: \_\_\_\_\_

Empresa: \_\_\_\_\_

Teléfono de contacto: \_\_\_\_\_

Nombre2: \_\_\_\_\_

Email2: \_\_\_\_\_

Posición2: \_\_\_\_\_

Empresa2: \_\_\_\_\_

Teléfono de contacto2: \_\_\_\_\_

### Datos de facturación

Empresa: \_\_\_\_\_

CIF: \_\_\_\_\_ Departamento: \_\_\_\_\_

Persona de contacto: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Población: \_\_\_\_\_ C.P.: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

### Inversión

- 350 € por persona
- Registro antes del 30 de agosto de 2012: 300 €
- Segundo y siguientes asistentes de la misma empresa: 250 €

**Inscripciones:** Deberán comunicarse por escrito al mail [inscripciones@advancedpm.es](mailto:inscripciones@advancedpm.es)

- Para grupos de 2 o más asistentes de una misma compañía, la inscripción deberá realizarse en grupo y la factura será única
- Los precios indicados no incluyen el 18% de IVA correspondiente
- Pago por transferencia bancaria a la cuenta 2038-2960-78- 6000050568 (Bankia)
- Recuerde que resulta imprescindible indicar en el concepto el nombre y primer apellido del/los asistente/s y la empresa.

---

**Cancelación de inscripciones:** Deberá ser comunicada por escrito al mail [cancelaciones@advancedpm.es](mailto:cancelaciones@advancedpm.es). Si se comunica hasta 15 días naturales antes de la fecha de celebración del curso, se devolverá el importe de cada inscripción menos un 50% en concepto de gastos operativos. Pasado este periodo no se reembolsará el importe de la inscripción pero se admite la sustitución de su plaza, que deberá ser notificada por escrito hasta un día antes de la celebración del curso en [inscripciones@advancedpm.es](mailto:inscripciones@advancedpm.es). La asistencia al curso únicamente estará garantizada si el pago del evento es realizado antes de la fecha de su celebración.

**Cancelación del curso-taller:** La organización se reserva el derecho de anular la realización del curso hasta 10 días naturales antes de su inicio, retornándose en este caso la totalidad de los derechos de inscripción satisfechos hasta esa fecha.

## Lo que dicen nuestros alumnos

"Lo aplicaré a mi día a día tanto en clientes nuevos como en los actuales"  
 Juan Carlos Díaz  
 Director Desarrollo Negocio Consultoría – Atos

"Muy interesante y recomendable"  
 Darío Ferrate  
 SPOC Sales Manager – Atos

"Bien organizado en teoría y práctica. Fuertes conocimientos y experiencia del formador"  
 Emilio Olea  
 Gerente – Ibermática

"Conciso, realista, muy práctico. Experiencia del ponente"  
 Juan José Jiménez Alonso  
 Socio – Abarca Tecnologías de la Información

"Interesante, bastante completo y práctico"  
 Rocio Collado Tello

Comercial – Arsys Internet

"Muy ameno, muy práctico y útil"  
 Carole Ortega  
 Comercial – SIC

"Seminario muy interesante y efectivo, y con contenido que corresponde con las expectativas"  
 Mataxalen Alfaro  
 Jefe de Proyecto – Sarenat

"Valoración muy positiva del enfoque eminentemente práctico del curso y la experiencia del consultor"  
 Álvaro Cabrera  
 NTT Europe Online

"Bueno, interesante, intenso y ajustado a mis necesidades"  
 Antonio Escribano  
 Director – Aynova

## Mariano Paredes

**Mariano Paredes**  
**Employers, Clients and Success**

APM - Advanced Performance Management

Consulting Firm . Implementation of a new sales & business development method

Spanish Utilities multinational. Ecommerce 15 M €

C&L. New standard of Project Management

Carrefour. Outsourcing & IT migration 50 M €

UNISYS. Create a new Consulting Unit

C&L New consulting division

BearingPoint. New "goto market" model

HP. Outsourcing sales advisor

HP. New Account Planning method

Professional Services firm. Launch in España

© APM - Advanced Performance Management



## Otros Asistentes a cursos de APM

### APM Principales Clientes 1 de 3



23/05/2011

Principales clientes de APM v010

página 3

© APM – Advanced Performance Management

### APM Principales Clientes 2 de 3



23/05/2011

Principales clientes de APM v010

página 4

© APM – Advanced Performance Management

### APM Principales Clientes 3 de 3



23/05/2011

Principales clientes de APM v010

página 5

© APM – Advanced Performance Management