

# Рекомендации для разработки коммерческих предложений

## 1. Усилить структуру письма

Текущая проблема: Письмо выглядит как общий текст без четкой структуры и акцентов на преимущества.

Рекомендации:

- Всегда разбивайте на абзацы, так текст выглядит легче.
- Добавьте заголовки и подзаголовки, чтобы структурировать информацию: о компании, наши преимущества, возможности сотрудничества.
- Все ссылки зашивайте в гиперссылки, например мы на [Wildberries](#).

## 2. Уточнение УТП

**Текущая проблема:** Уникальность продукции указана, но её преимущества описаны слабо.

Рекомендации:

- Подчеркните уникальность полного цикла производства.
- Сделайте акцент на сертификатах качества.
- Укажите ключевые выгоды для партнера (высокая маржинальность, постоянное качество продукции, эксклюзивные условия сотрудничества, высокий спрос).

## 3. Добавьте социальные доказательства

Текущая проблема: Мало обоснований почему нужно работать именно с вами.

Рекомендации:

- Укажите результаты продаж на МП.
- Преимущества работы с вами

## 4. Четкое предложение сотрудничества

Текущая проблема: Нет конкретного оффера для партнёра. Слишком общее КП.

Рекомендации:

- В идеале для каждого сегмента ЦА должно быть свое КП. Для балка отдельное КП.
- Предложите понятные условия сотрудничества.
- Укажите, что именно получает партнёр: (пробные партии, персональные условия, бесплатную доставку).

## 5. Улучшение визуальной подачи

Текущая проблема: КП выглядит как текстовый документ без визуальной привлекательности.

Рекомендации:

- Включите фотографии продукции, производства.
- Используйте инфографику для визуализации данных.

## 6. Фокус всегда на выгоде для клиента

Текущая проблема: Текст сухой, без эмоциональной составляющей и фокуса на партнёре.

Рекомендации:

- Используйте дружелюбный, не сухой профессиональный тон.
- Сфокусируйтесь на выгодах для клиента, а не на ваших планах. Например, вот это лишнее *“Дальнейший путь нашего развития мы видим в поиске партнеров в городах-миллионниках и других крупных городах России.”* Клиенту все-равно на ваши планы, ему важны только его выгоды..

Пример:

"Мы поможем вам увеличить прибыль, добавив в ассортимент продукцию, которая уже зарекомендовала себя на маркетплейсах и в регионах."

## 7. Дополнительно:

- Желательно отправлять КП в виде PDF-формата или презентации, это универсальные форматы и они точно откроются на любом устройстве, а содержимое отобразится корректно и ничего не “съедет”.
- В идеале вместе с КП отправлять презентацию о компании, плюс можно презентационный ролик/ролик о производстве..
- Можно отправлять также в мессенджеры.

- Если это не массовая рассылка, то называть файл персонально “КП от РММ БИОИННОВАЦИИ для ООО “ИМЯ КЛИЕНТА”. Тогда клиент будет понимать что вы готовились, что предложение действительно персональное. Вообще, все файлы, которые отправляем “во внешку” должны быть красиво названы.