Las 3 cartas de NEGOCIACIÓN

EJEMPLO
PRODUCTO B2B

Las 3 Cartas de Negociación son tres cartas para sustentar la venta basada en valor frente a un cliente en particular, sobre un producto o servicio específico. Son especialmente poderosas cuando el cliente objeta el precio.

Paso 1: Tipo de cliente

De acuerdo a su negocio, defina el tipo de cliente para el cual construirá los diferenciales:

Multinacional fabricante de alimentos. (Director de Compras).

Paso 2: Línea de producto/servicio

Defina sobre qué producto, servicio o línea va a trabajar los diferenciales. Según lo que le vaya a vender al tipo de cliente del paso anterior, el portafolio puede variar.

Materia prima a granel utilizada en la producción de alimentos para consumo humano (Azúcar, huevos, aceite, leche, etc.).

Paso 3: Primera carta – Defienda su diferencial



Del producto/servicio que le va a vender a ese cliente, identifique el principal aspecto que usted ofrece y que no ofrecen sus competidores, de manera que sea el argumento para un cliente de por qué debería trabajar con usted, en lugar de otras opciones. Responda a la pregunta, **¿Por qué debería comprarle o trabajar con usted en lugar de otra opción?** Sea tan específico y detallado como sea posible. Incluya datos, cifras y casos que le ayuden a explicar qué lo diferencia de la competencia.

"Entiendo que podemos costar un poco más que otras opciones, pero a diferencia de ellos, recuerde que contamos con la capacidad de producción necesaria para atender el volumen que requiere y garantizar cero rompimiento de inventarios; diferente a otras alternativas que deben hacerlo en lotes mucho más pequeños, con riesgos de variar los estándares entre uno y otro. Nuestra solución le puede ahorrar hasta un 16% en reprocesos, sin contar los agotados en punto de venta y la afectación de la marca en el mercado".



Paso 4: Segunda carta – Pida algo a cambio

Liste qué puede pedir a cambio de una concesión. Escriba al menos tres cosas que pudiera utilizar como contraprestación en una negociación con este cliente, con el fin de mantener el equilibrio comercial.

1

Mayor volumen, incluyendo otras líneas de producción que actualmente le compran a otros proveedores

2

Poner la marca de su insumo en los empaques que van a consumidor final, para fortalecer el reconocimiento en el mercado.

3

Evaluar unidades de empaque más grandes, con entregas mensuales en vez de semanales.

Paso 5: Tercera carta – Cambie la propuesta



Frente al producto o servicio que está negociando, ¿qué otra alternativa o alternativas tiene para ofrecerle al cliente cuando objete el producto o servicio de más alto precio?

"Podríamos considerar un producto que tiene una composición un poco diferente, pero aún así cumple con las especificaciones tècnicas mínimas que requiere".

Las 3 cartas de NEGOCIACIÓN

EJEMPLO
PRODUCTO B2C

Las 3 Cartas de Negociación son tres cartas para sustentar la venta basada en valor frente a un cliente en particular, sobre un producto o servicio específico. Son especialmente poderosas cuando el cliente objeta el precio.

Paso 1: Tipo de cliente

De acuerdo a su negocio, defina el tipo de cliente para el cual construirá los diferenciales:

Visitante al punto de venta. (Mujer decisora de compra en el hogar).

Paso 2: Línea de producto/servicio

Defina sobre qué producto, servicio o línea va a trabajar los diferenciales. Según lo que le vaya a vender al tipo de cliente del paso anterior, el portafolio puede variar.

Electrodomèstico de uso en el hogar (nevera, estufa, lavadora, etc).

Paso 3: Primera carta – Defienda su diferencial

Del producto/servicio que le va a vender a ese cliente, identifique el principal aspecto que usted ofrece y que no ofrecen sus competidores, de manera que sea el argumento para un cliente de por qué debería trabajar con usted, en lugar de otras opciones. Responda a la pregunta, **¿Por qué debería comprarle o trabajar con usted en lugar de otra opción?** Sea tan específico y detallado como sea posible. Incluya datos, cifras y casos que le ayuden a explicar qué lo diferencia de la competencia.



"Nuestra propuesta puede ser un poco más costosa dado que a diferencia de otras opciones, garantizamos el desempeño de nuestro producto por 10 años, incluyendo mantenimientos preventivos anuales para los 5 primeros años, un inventario de repuestos con disponibilidad local, y en caso de requerirlo, un electrodomèstico de reemplazo para que lo utilice mientras le reparamos el suyo. Esto le evita muchos dolores de cabeza y es algo que difícilmente encontrará en otra marca".



Paso 4: Segunda carta – Pida algo a cambio

Liste qué puede pedir a cambio de una concesión. Escriba al menos tres cosas que pudiera utilizar como contraprestación en una negociación con este cliente, con el fin de mantener el equilibrio comercial.

1

Compra de un electrodomèstico adicional de menor valor o accesorios adcionales.

2

Incluirle mantenimiento preventivo para los dos primeros años, en vez de los cinco años de la propuesta inicial.

3

Permitir la realización de un "open house" para invitar a amigos y vecinos a conocer los nuevos electrodomèsticos de alta gama, y compartir en redes sociales la experiencia.

Paso 5: Tercera carta – Cambie la propuesta



Frente al producto o servicio que está negociando, ¿qué otra alternativa o alternativas tiene para ofrecerle al cliente cuando objete el producto o servicio de más alto precio?

"Otra muy buena opción que tenemos es este otro modelo, cuya diferencia es que no trae la función de programación, pero es muy similar en las otras cosas. Y es más económico".

Las 3 cartas de NEGOCIACIÓN

EJEMPLO
SERVICIO B2B

Las 3 Cartas de Negociación son tres cartas para sustentar la venta basada en valor frente a un cliente en particular, sobre un producto o servicio específico. Son especialmente poderosas cuando el cliente objeta el precio.

Paso 1: Tipo de cliente

De acuerdo a su negocio, defina el tipo de cliente para el cual construirá los diferenciales:

Empresa nacional del sector construcción. (Director de Operaciones).

Paso 2: Línea de producto/servicio

Defina sobre qué producto, servicio o línea va a trabajar los diferenciales. Según lo que le vaya a vender al tipo de cliente del paso anterior, el portafolio puede variar.

Consultoría en proyectos de reducción del impacto ambiental.

Paso 3: Primera carta – Defienda su diferencial



Del producto/servicio que le va a vender a ese cliente, identifique el principal aspecto que usted ofrece y que no ofrecen sus competidores, de manera que sea el argumento para un cliente de por qué debería trabajar con usted, en lugar de otras opciones. Responda a la pregunta, **¿Por qué debería comprarle o trabajar con usted en lugar de otra opción?** Sea tan específico y detallado como sea posible. Incluya datos, cifras y casos que le ayuden a explicar qué lo diferencia de la competencia.

"Así es, costamos un poco más que otras opciones; pues a diferencia de ellos y gracias a nuestra experiencia de más de 20 años, hemos atendido más de 350 clientes con estas mismas necesidades. Conocemos mejor los riesgos y estamos en capacidad de resolverlos más rápido y de manera más eficiente que un competidor con menos experiencia. El saber què hacer y cómo hacerlo de manera más rápida, ha llegado a representar ahorros en tiempo de hasta 3 meses en el proyecto completo".



Paso 4: Segunda carta – Pida algo a cambio

Liste qué puede pedir a cambio de una concesión. Escriba al menos tres cosas que pudiera utilizar como contraprestación en una negociación con este cliente, con el fin de mantener el equilibrio comercial.

1

Documentación de un caso de èxito que pueda utilizar como material promocional para atraer nuevos clientes.

2

Renegociación de las fechas de pago y los montos acordados. Mayores montos en fechas más próximas, dejando lo mínimo para el final del proyecto.

3

Incluir proyecto de construcción que tienen en otra ciudad, dentro de la negociación global.

Paso 5: Tercera carta – Cambie la propuesta



Frente al producto o servicio que está negociando, ¿qué otra alternativa o alternativas tiene para ofrecerle al cliente cuando objete el producto o servicio de más alto precio?

"Podríamos hacer la implementación por etapas, donde la continuidad dependa de los avances logrados. Así convertiríamos el proyecto en pequeños proyectos independientes de menor desembolso cada uno, aliviando el flujo de caja".

Las 3 cartas de NEGOCIACIÓN

EJEMPLO
SERVICIO B2C

Las 3 Cartas de Negociación son tres cartas para sustentar la venta basada en valor frente a un cliente en particular, sobre un producto o servicio específico. Son especialmente poderosas cuando el cliente objeta el precio.

Paso 1: Tipo de cliente

De acuerdo a su negocio, defina el tipo de cliente para el cual construirá los diferenciales:

Declarante de renta. (Persona natural empleado).

Paso 2: Línea de producto/servicio

Defina sobre qué producto, servicio o línea va a trabajar los diferenciales. Según lo que le vaya a vender al tipo de cliente del paso anterior, el portafolio puede variar.

Asesoría contable y tributaria (declaración de renta).

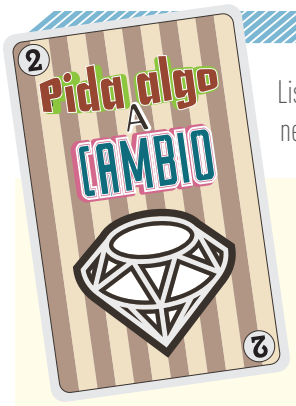
Paso 3: Primera carta – Defienda su diferencial



Del producto/servicio que le va a vender a ese cliente, identifique el principal aspecto que usted ofrece y que no ofrecen sus competidores, de manera que sea el argumento para un cliente de por qué debería trabajar con usted, en lugar de otras opciones. Responda a la pregunta, **¿Por qué debería comprarle o trabajar con usted en lugar de otra opción?** Sea tan específico y detallado como sea posible. Incluya datos, cifras y casos que le ayuden a explicar qué lo diferencia de la competencia.

"Nuestro servicio cuesta un poco más, pero a diferencia de otros profesionales, contamos con un equipo interdisciplinario de especialistas que nos permite no sólo asesorar integralmente, sino preparar y tener lista su declaración al menos dos semanas antes de la fecha límite, para que pueda revisarla con calma. Con nosotros no hay sorpresas de último momento. Esto es crítico porque durante los meses de presentación de declaraciones hay exceso de trabajo y muchos profesionales no alcanzarán a dedicarle el tiempo necesario ni harán el análisis detallado que requiere su declaración".

Paso 4: Segunda carta – Pida algo a cambio



Liste qué puede pedir a cambio de una concesión. Escriba al menos tres cosas que pudiera utilizar como contraprestación en una negociación con este cliente, con el fin de mantener el equilibrio comercial.

1

Tres personas referidas para elaboración de declaración de renta.

2

Testimonial para utilizar en material de marketing.

3

Adquisición de servicios complementarios de asesoría tributaria trimestral.

Paso 5: Tercera carta – Cambie la propuesta



Frente al producto o servicio que está negociando, ¿qué otra alternativa o alternativas tiene para ofrecerle al cliente cuando objete el producto o servicio de más alto precio?

"Dentro del paquete se incluiría la elaboración básica de la declaración con todos los documentos de soporte, pero no se incluirían las recomendaciones de la estrategia tributaria para el siguiente año".