

Ejemplos y casos prácticos de negociación comercial

1. Construye una oferta ventajosa desde el principio

Desde el comienzo de la negociación, sé ambicioso/a y muéstrate seguro/a de tí mismo/a. Esto es parte del juego: tu contraparte espera una primera propuesta que la pone en desventaja, por lo que tú esperas que la rechace.

Esta primera propuesta comercial simplemente sirve para poner el listón muy alto: esta técnica de negociación con clientes está diseñada para ponerte en una posición de poder que te permita negociar más tarde.

Imagínate un vendedor que comience su negociación tímidamente, ofreciendo concesiones de inmediato: la contraparte no dudará en aprovecharlas y ¡pedir cada vez más!

2. No cedas fácilmente

Por lo general, el primer comentario que siempre hace un comprador es "¡demasiado costoso!". Tu reflejo como vendedor frente a dicho comentario debe ser:

Preguntar: "¿qué es costoso?".

Resaltar otras ventajas de tu oferta: "quizás sea costoso en comparación con..., lo cierto es que nuestro producto...".

Desarrollar tus argumentos de manera inteligente: "el producto de la competencia es aparentemente más barato, pero ¿es de la misma calidad?", etc.

Defiende tu posición ante una solicitud de concesión. De ahí la importancia de preparar con antelación tu reunión de negociación comercial.

Ceder muy temprano en la negociación o sin mostrar argumentos de peso, puede parecer sospechoso o significar que tu producto es de mala calidad.

Si ocurre que el cliente reconoce la calidad del producto, pero aún así considera demasiado costosa la propuesta, debes abrir la conversación sobre otros aspectos y encontrar criterios de negociación sobre los que estés dispuesto a hacer concesiones.

3. Solicita una contrapartida

Durante la preparación de tu negociación, has enumerado los elementos sobre los que puedes hacer concesiones y evaluado los esfuerzos que conllevarán. Por tanto, estás en posición de pedir algo a cambio y justificarlo.

Ejemplo práctico de caso exitoso: si hay un desacuerdo sobre el precio, tú puedes considerar bajarlo y tu cliente comprometerse a hacer pedidos regulares durante un

período de tiempo. Esto puede resultar en un caso práctico de negociación “gana/gana”, en donde se llega a un acuerdo comercial que satisface a ambas partes:

El comprador ha obtenido un precio ventajoso,
el vendedor firmó un contrato con más pedidos.

Cuando el vendedor pide al cliente algo a cambio, abre el diálogo y obtiene un punto de negociación a cambio.

4. Invierte los papeles

Cuando el comprador requiere que el vendedor haga una concesión, el comprador está entonces en la posición de “solicitante”. En esta situación, el equilibrio de poder se invierte y el vendedor asume por un momento el papel del comprador.

Es como un juego de ajedrez: tienes que ser estratégico al mover tus peones (tus argumentos comerciales) y avanzar cuando sea el momento adecuado.

El vendedor aprovecha así el momento más oportuno para ganar uno de los elementos clave que quería obtener de la negociación.

5. Defiende tus posiciones

Aunque al hacer concesiones se pueden obtener compensaciones, el objetivo es tener que hacerlas lo menos posible e ir ganando el terreno del oponente, poco a poco. Un buen vendedor no se rinde: al igual que un buen jugador de póquer, no deja al descubierto sus mejores cartas desde el principio.

No hay nada mejor que detectar el juego de tu adversario avanzando paso a paso: el vendedor se centra así en defender sus posiciones para obtener la mejor negociación comercial posible.

Ceder a la primera objeción es iniciar una negociación dando un paso atrás: el cliente aprovechará para pedir más ventajas, porque habrá identificado una "presa fácil". Por eso es necesario saber tratar las objeciones, ser conciliador y saber retroceder de forma calculada, teniendo en cuenta el posible margen de negociación.

6. Mantén el control de la negociación

Algunas personas tienden a divagar durante la conversación, ya sea para distraer la atención de su interlocutor y hacerle olvidar lo que ha pedido o simplemente porque son muy conversadoras.

Esto puede crear un clima propicio para la negociación pues un grado de cercanía se instala. Sin embargo, no hay que entretenerse demás y volver sutilmente al tema central del intercambio.

Para hacer frente a los comportamientos agresivos y reducir tensiones que a veces pueden surgir:

Mantén la calma,
sé cortés,

propón una pausa para tomar algo.

Comprenderás mejor cómo se siente la persona y pondrás tu capacidad de escucha al servicio de la resolución de desacuerdos.

7. No te quedes bloqueado/a en un desacuerdo

¿Estás tratando con un cliente difícil que no parece ceder? ¿Te exige demasiado pero no quiere dar nada a cambio? No te bloques: ofrece tomar nota de este punto para retomarlo de nuevo más tarde.

Ejemplo práctico de caso exitoso:

El cliente exige un precio demasiado bajo;
el vendedor ofrece poner este punto de negociación "en espera" y promete volver a él más tarde;
durante la negociación, el vendedor se da cuenta de que su cliente tiene problemas con su stock de mercancías y que sus proveedores no siempre entregan a tiempo;
el vendedor aprovecha la oportunidad para proponer al comprador que considere el precio a cambio de un contrato de exclusividad sobre las mercancías. Este contrato compromete a la empresa vendedora a entregar la cantidad de mercancías en el plazo previsto;
el comprador ve una solución concreta a sus problemas y acepta la propuesta;
tanto el vendedor como el comprador obtienen un buen trato.

8. Identifica las oportunidades de negocio reales

Lo has intentado todo, has sido paciente, escuchado las expectativas del cliente y, aún así, tu contacto no parece interesado.

En este caso, lo mejor es terminar la reunión, antes de terminar con una negociación poco ventajosa. Esto no debe percibirse como un fracaso, sino como una inversión de tiempo a ser minimizada al concentrarse en clientes asegurados.

9. No pospongas la firma del contrato

Nunca dejes la firma de un contrato "para después". Tu cliente puede querer renegociar después, así haya estado de acuerdo al comienzo.

El habitual apretón de manos vendrá después para asegurarte de haber causado una buena impresión: la opinión positiva de un cliente es muy valiosa para la buena imagen de la empresa.