

WEST

NEGOCIACIÓN PARA VENTAS

Febrero 2020





CONTENIDO

Negociación para ventas

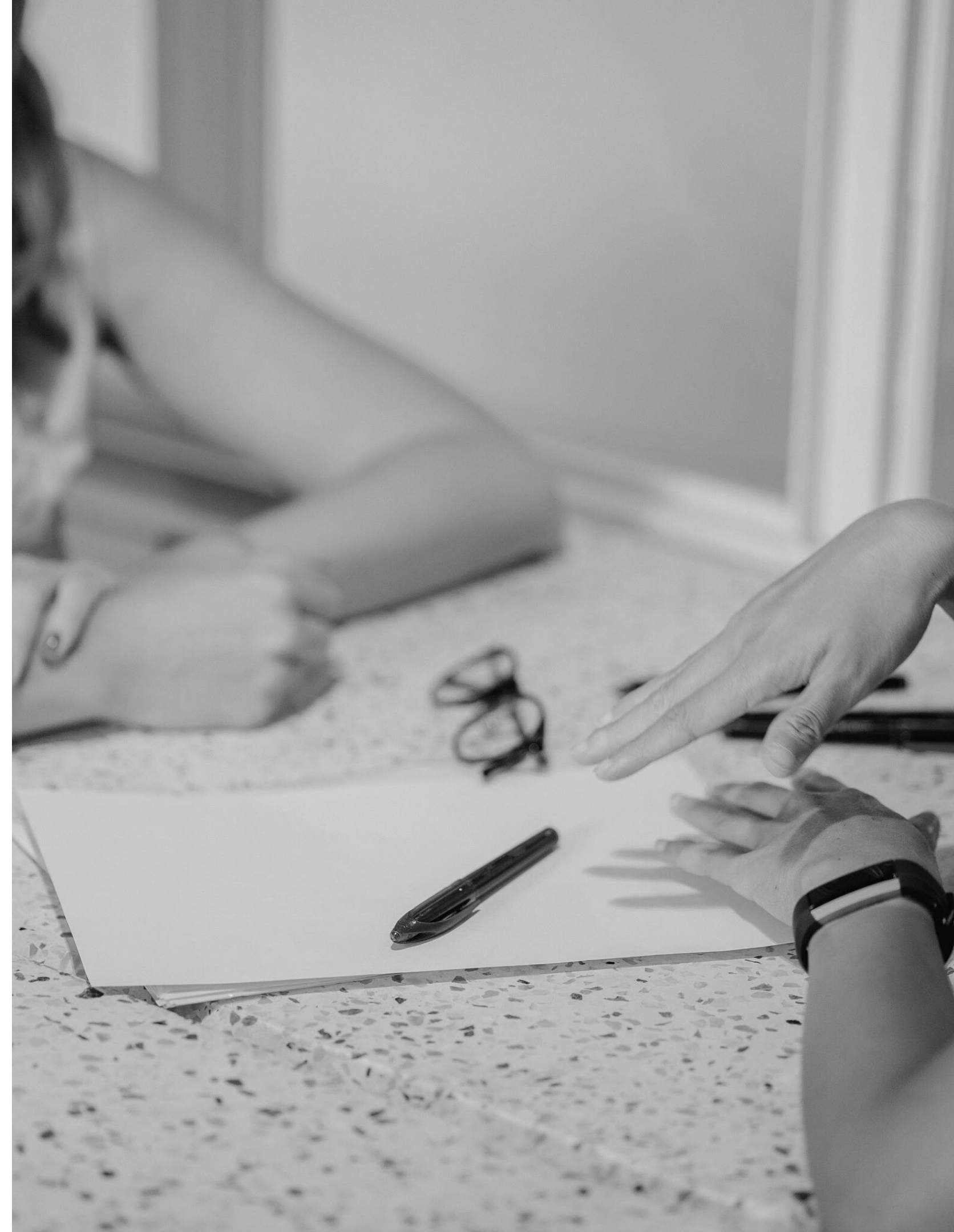
¿Qué es negociación?

Negociación para ventas

Los vendedores no somos buenos negociando

Las 7 reglas de la negociación en ventas

Taller





QUÉ ES NEGOCIACIÓN?

Todos somos negociadores.

Ya sea en las empresas, el gobierno o la familia, llegamos a la mayoría de las decisiones a través de la negociación.

Discutimos un aumento de sueldo con nuestro jefe. Intentamos ponernos de acuerdo con un extraño sobre el precio de una casa. Negociamos con nuestra pareja el lugar para ir a cenar y con nuestros hijos la hora de apagar la TV.

La negociación es un medio básico para conseguir de los demás aquello que deseamos. Es una comunicación bidireccional, pensada para alcanzar un acuerdo, cuando nosotros y la otra parte compartimos algunos intereses y tenemos otros que son opuestos.



NEGOCIACIÓN PARA VENTAS

NO SÓLO NEGOCIACIÓN...

La teoría dice que todos, no sólo los vendedores, estamos negociando todo el tiempo, en todas las situaciones cotidianas de nuestra vida.

Pero los entrenamientos en negociación normalmente no están enfocados en situaciones de venta, y menos de ventas complejas y B2B.

Puede que después de un entrenamiento en negociación usted haya podido regatear más confiado el precio de un vehículo u obtenido un mejor acuerdo en la compra de una casa, pero seguramente no le ayudó mucho para saber cómo cerrar más ventas en WEST.



UN EJEMPLO REAL

CONTEXTO

- *Proveedor conocido*
- *Único oferente*
- *No teníamos alternativas*
- *Reunión previa para contarles nuestra necesidades, tiempos y presupuesto \$22M*
- *Una semana después recibí un email de la ejecutiva pidiendo coordinar una reunión el siguiente miércoles, le contesté que estaría por fuera 1 semana en entrenamiento con un cliente y acceso limitado a celular y correo. Respondió pidiendo hacer una llamada el día siguiente. Le reiteré que estaría en entrenamiento...*

UN EJEMPLO REAL



CORREO 1

Nos reunimos para revisar los requerimientos del proyecto y no podemos hacerlo por menos de \$35M. Es nuestro precio más bajo.

RESPUESTA

Entiendo, pero ese precio está muy por encima de nuestro presupuesto. Por favor envíeme el detalle por ítem para reunirme con mi equipo y decidir qué cosas podemos dejar por fuera...

CORREO 2

Podemos hablar el miércoles a las 9am para discutir esto?

RESPUESTA

No. Como ya le expliqué estoy en entrenamiento con un cliente y sólo podría agendar una llamada la próxima semana. Por favor envíeme la información que le solicité (detalle por ítem)

CORREO 3

Hemos revisado los números. Pueden subirse a \$32M? ese definitivamente es nuestro piso

UN EJEMPLO REAL



RESPUESTA

No respondí

CORREO 4

Diego, revisamos nuevamente todo el proyecto y sus detalles y podemos llegar hasta \$29M teniendo en cuenta que ustedes son un cliente importante para nosotros

RESPUESTA

No respondí porque estaba en medio de entrenamiento

CORREO 5

Diego, quiero saber si recibió mi último correo donde le cuento que pudimos bajar el precio del proyecto a \$29M. Le envió el contrato?

RESPUESTA

No respondí porque estaba abordando el avión de regreso a Medellín. Marqué el correo como no leído y lo dejé para más tarde

UN EJEMPLO REAL



CORREO 6

Diego, buenas noticias! Reuní al equipo para revisar nuevamente su proyecto y hemos decidido que como son tan buenos clientes y nos encanta trabajar con ustedes podemos hacerlo por \$23M.

Sé que está un poquito por encima de su presupuesto, pueden lograrlo?

RESPUESTA

Si, puedo conseguir que nos aprueben ese precio.

Por favor envíeme los detalles del alcance, cronograma y el contrato

RESULTADO:
34% DE DESCUENTO SIN
ESFUERZO DE MI PARTE.
SIMPLEMENTE ASÍ LA EJECUTIVA
PERDIÓ \$12M Y DE PASO
DESTRUYÓ SU CREDIBILIDAD



RAZONES POR LAS QUE LOS VENDEDORES SOMOS MALOS NEGOCIANDO:

- Falta de entrenamiento específico en negociación para ventas: "Los directivos son quienes están dejando plata sobre la mesa"
- Los compradores son mejores: están entrenados en negociación, tienen más información (normalmente han escuchado a varios oferentes, han investigado y ahora conocen de precios, atributos, condiciones, particularidades del mercado, etc), tienen más alternativas que los vendedores, y por eso mayor poder de negociación.
- Funnel de ventas vacío: esta es la mayor razón de nuestra posición débil como negociadores. Cuando llegamos donde un prospecto con el funnel vacío dejamos ver toda nuestra necesidad, ansiedad, inseguridad. La ley de la necesidad nos impide cerrar el negocio o nos lleva a hacer concesiones desmesuradas

LAS 7 REGLAS DE LA NEGOCIACIÓN EN VENTAS

Las claves para ser un vendedor efectivo



1. PRIMERO GANE, DESPUÉS NEGOCIE

Sólo se empieza a negociar cuando el cliente nos escoge como proveedores, antes no!

Cuando se hace antes realmente no estamos negociando, estamos simplemente regalando nuestras ventajas, haciendo concesiones desmesuradas y perdiendo poder de negociación. Por cruel y ridículo que parezca, lo único que estamos haciendo es negociar con nosotros mismos!

No se negocian términos, condiciones y precio antes de ser elegidos

CÓMO SABER QUE NOS HAN ELEGIDO COMO PROVEEDOR?



REGLA 1

Primero gane, después negocie

"Diego, realmente queremos hacer negocios con ustedes, pero..."

Ya ganamos! Confían en nosotros, somos la empresa que les puede ayudar a solucionar sus problemas y a lograr sus objetivos de negocio.

Ahora toca negociar el "pero".

Necesitamos cerrar la brecha de valor entre lo que el cliente y nosotros valoramos de nuestro caso de negocio y nuestra propuesta.

El término "propuesta" aquí es clave pues nunca debemos negociar hasta haber enviado una propuesta formal!

Implícito: lo conocemos a través del Sponsor



2. JUEGUE PARA GANAR

En las negociaciones para ventas no aplica la regla de buscar siempre negociaciones gana-gana o que maximizan el valor.

Como vendedores nuestro papel es jugar para ganar y conseguir que nuestro equipo consiga los resultados.



3. PROTEJA LAS RELACIONES

Cuando estamos en negociaciones complejas (como las de WEST) las relaciones juegan un papel importante. No podemos usar tácticas sucias o que pongan a los clientes en desventaja si queremos retenerlos en el largo plazo.

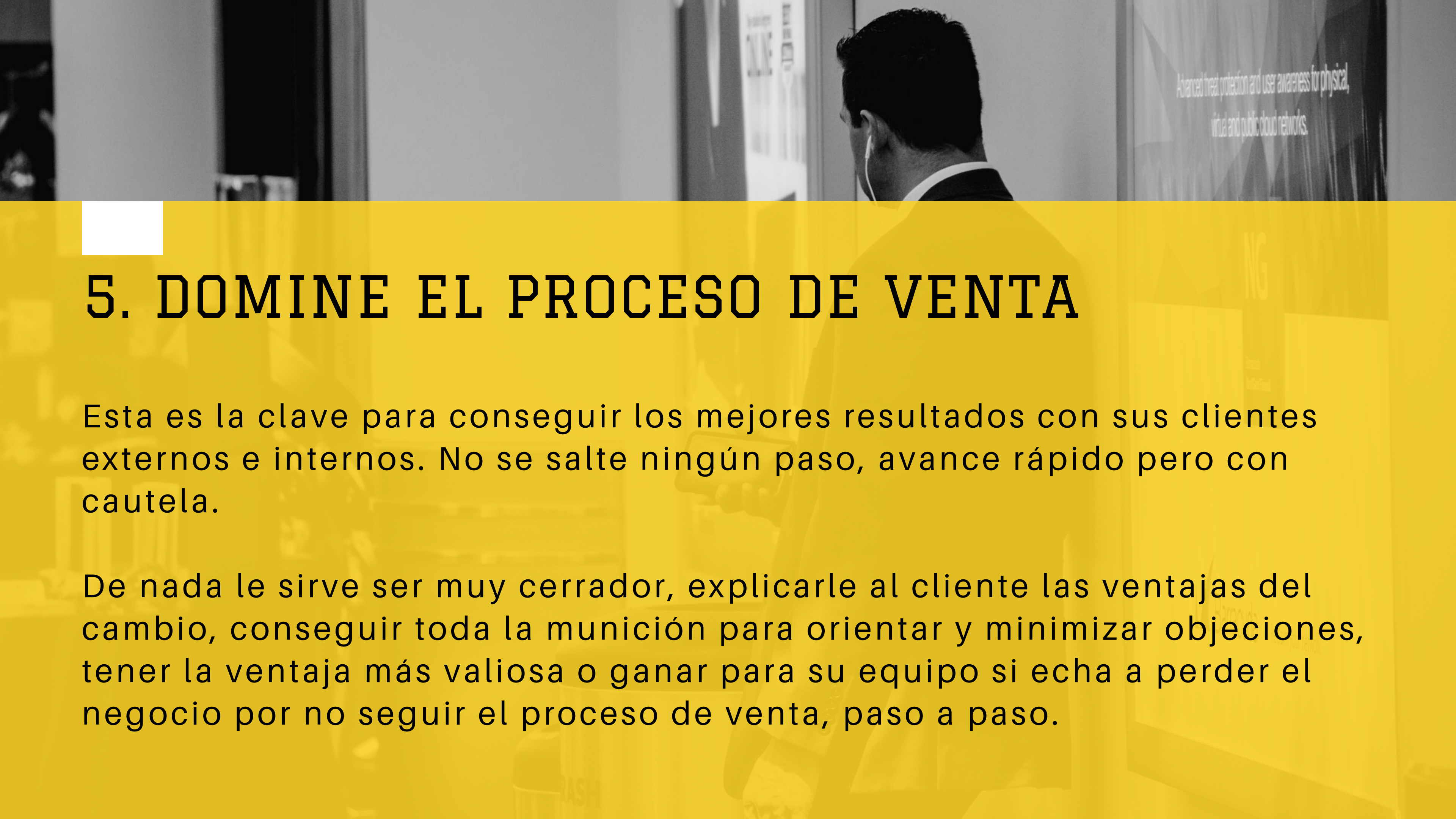
Por eso debemos jugar a ganar protegiendo las relaciones. Estas reglas no son excluyentes. Debemos aprender a enfocarnos en la empatía y los resultados.



4. LA DISCIPLINA EMOCIONAL GANA

Cuando estamos en la "mesa" de negociación tiene más probabilidad de obtener el resultado deseado quien sea capaz de controlar mejor sus emociones y así mantener su poder.

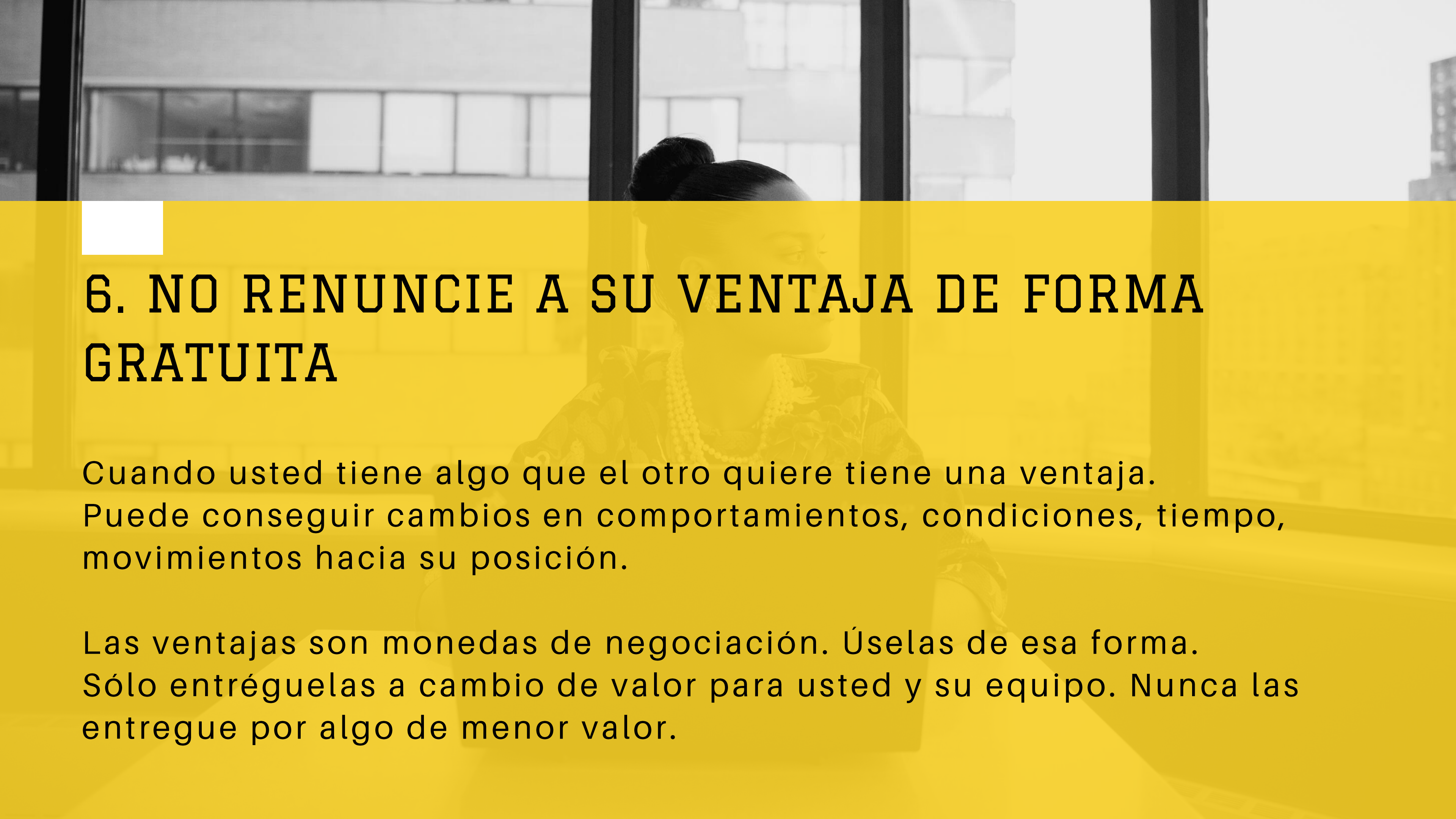
Recuerden que la primera fuente de poder en la negociación para ventas es un funnel nutrido.



5. DOMINE EL PROCESO DE VENTA

Esta es la clave para conseguir los mejores resultados con sus clientes externos e internos. No se salte ningún paso, avance rápido pero con cautela.

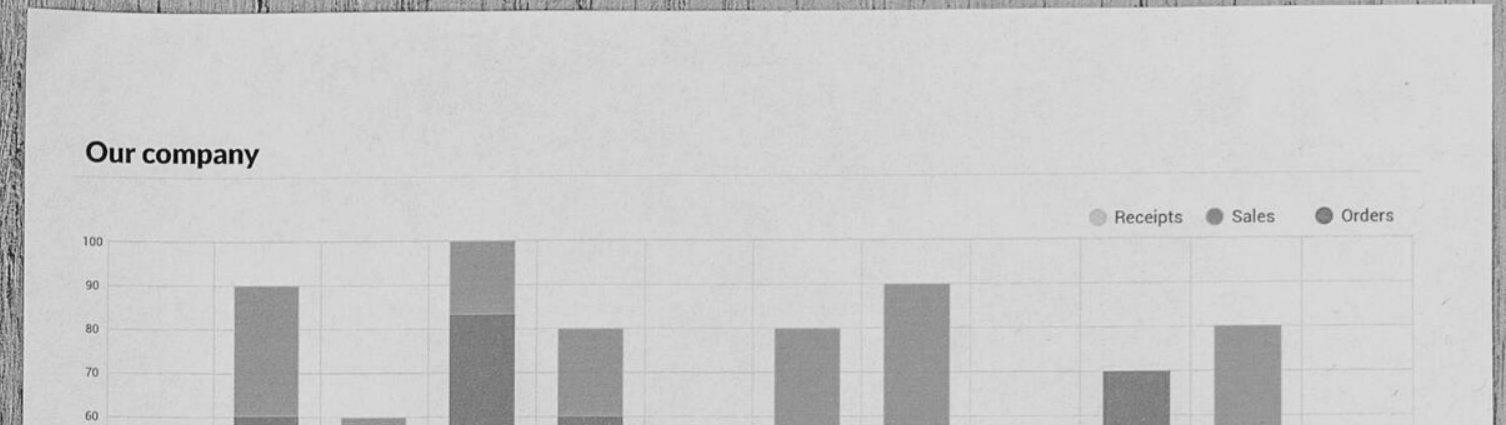
De nada le sirve ser muy cerrador, explicarle al cliente las ventajas del cambio, conseguir toda la munición para orientar y minimizar objeciones, tener la ventaja más valiosa o ganar para su equipo si echa a perder el negocio por no seguir el proceso de venta, paso a paso.

A woman with dark hair in a bun, wearing a patterned dress and a pearl necklace, is seen from the chest up, looking out a window. The background shows a modern building with large windows. A semi-transparent yellow rectangle covers the lower two-thirds of the image, containing text. A small white square is located at the top left of the yellow area.

6. NO RENUNCIE A SU VENTAJA DE FORMA GRATUITA

Cuando usted tiene algo que el otro quiere tiene una ventaja. Puede conseguir cambios en comportamientos, condiciones, tiempo, movimientos hacia su posición.

Las ventajas son monedas de negociación. Úselas de esa forma. Sólo entréguelas a cambio de valor para usted y su equipo. Nunca las entregue por algo de menor valor.



7. NEUTRALICE O ELIMINE LAS ALTERNATIVAS

Las alternativas son las opciones que tiene el comprador por fuera de la mesa de negociación, es decir, lo que puede hacer si no llega a un acuerdo con usted.

Cuantas más alternativas tiene un cliente mayor es su poder y más débil su posición como proveedor.

Su foco en el proceso de venta debe estar en mejorar su posición y probabilidad de cierre eliminando o neutralizando las alternativas del prospecto.

PRIMEROS PASOS PARA MEJORAR SU POSICIÓN Y PROBABILIDAD DE CIERRE



Funnel

Nutra su funnel de ventas, entre más prospectos mayor poder de negociación



Concesiones

Deje de ver el precio como la única concesión válida para sus prospectos. Empiece a demostrar valor



Descuentos

Si no se los piden no los haga. Y mucho menos empiece por el máximo permitido

TALLER



1. Valor

Construya un caso de negocio donde demuestre valor para sus prospectos:
Cómo WEST (y el producto X) entregan resultados cuantificables a otros clientes?

Esto le ayudará a mejorar su posición de poder y diferenciarse competitivamente

2. Descuentos

Haga una lista de los negocios que ha cerrado en los últimos 3 meses.
A cuántos les dio descuento? Cuál fue el descuento de cada uno? Cuál fue el descuento promedio?

Analice los negocios con mayor y menor descuento:

Fue mayor el descuento antes o después de alcanzar su meta? Qué fue diferente en la negociación?

Cómo puede mejorar su estrategia de descuentos?