FORTALECIMIENTO EN COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS RURALES

Módulo 4

NEGOCIACION

Guía para aprendices

Elaborado por:
Grupo de Instructores del
Programa Sena Emprende Rural SER

CONTENIDO

UNIDAD N° 4

1. **NEGOCIACIÓN:**
2. **CONCEPTO DE NEGOCIACION**
3. **OBJETIVOS DE LA NEGOCIACION.**
4. **ESTRATEGIAS DE LA NEGOCIACION.**
5. **CRITERIOS DE UNA NEGOCIACION**
6. **PERFIL DEL CLIENTE**
7. **CONCEPTO DE PERFIL DE CLIENTES**
8. **VARIABLES DE CARACTERIZACIÓN Y SEGMENTACIÓN, ESTRUCTURA.**

1. NEGOCIACION CONCEPTO



2. Las **negociaciones se** pueden definir prácticamente como el proceso que les ofrece a los contendientes la oportunidad de intercambiar promesas y contraer compromisos formales, tratando de resolver sus diferencias". "La **negociación** es un proceso y una técnica mediante los cuales dos o más partes construyen un acuerdo.

3. OBJETIVO DE UNA NEGOCIACION

¿Cuándo nos sentamos a negociar algo, ¿cuál es nuestro objetivo? Parece una pregunta fácil, pero no lo es. Cuando hacemos esta pregunta a la gente, no todos responden lo mismo. "Sacar lo máximo posible", "Sacar más que el otro", "Un trato equitativo", "ganar-ganar", " que no me tomen el pelo", son respuestas que se pueden dar. ¿Cuál es la respuesta correcta?

El objetivo es obtener lo máximo posible

El objetivo de cada parte en una negociación es obtener lo máximo posible. El que diga lo contrario, o vive engañado o miente. El tema es que esta respuesta, abre otra pregunta. ¿Obtener lo máximo posible de qué? Y ahí es dónde está la miga.

Vamos a un ejemplo fácil. Un tipo está de vacaciones en una ciudad extranjera y quiere comprar una alfombra. Así que empieza un regateo. ¿Cuál tiene que ser su objetivo? ¿Pagar un precio justo? ¿Obtener un buen precio y que el otro gane algo? Desde un punto de vista de buen negociador, su objetivo es obtener la alfombra al menor precio posible, sin peros. Todo lo demás sobra. Partimos de la base de que no tiene principios de comercio justo ni nada parecido, por lo que no otorga valor a esos conceptos.

Ahora vamos a un ejemplo más complicado. Una panadería tiene la última barra de pan en venta cuando entra una mujer. El precio es un euro, y antes de pagar entra otra persona que dice que también la quiere. La panadera podría entrar en un regateo a ambas partes y sacar un buen precio por su barra, pero no lo hace. La vende a un euro a la primera persona que ha entrado. ¿Por qué? Porque para ella obtener lo máximo es seguir teniendo a ambas personas de clientes en su panadería y si se pone a regatear, sacará un par de euros, pero perderá mucho de cara al futuro. Así que “egoístamente” decide no ganar más por esa barra.

Ahora vemos que obtener lo máximo posible incluye ahora y en el futuro. Por eso los profesionales hablan de “ganar-ganar” porque nos proporciona mucho valor en el futuro. Pero no siempre. Tendremos que ver cuando nos proporciona valor el “ganar-ganar” y cuando no.

- **4. ESTRATEGAIS DE LA NEGOCIACION**

-



5. CRITERIOS EN UNA NEGOCIACION

Se debe manejar bajo SIETE (7) criterios

1- conducir a un acuerdo sensato
2- el acuerdo debe ser eficiente
3- mejorar o por lo menos no deteriorar la relación
4- que sea un acuerdo inteligente
5- debe ser evaluado
6- debe darse en los mejores términos
7- debe haber un gana gana



6. Perfil de clientes

El perfil del cliente es un concepto que engloba las características que definen al cliente actual o al potencial de un servicio o producto. Para ello, las empresas deben realizar un análisis exhaustivo de elementos demográficos pero también de elementos más emocionales, como son sus objetivos, sus gustos, sus marcas de referencia, sus problemas, etc. Obtenemos así un perfil semi ficticio de los

clientes que permitirá a las empresas aportarles un valor diferencial a través de una alta personalización y conocimiento

7. Beneficios de conocer el perfil del cliente

Capacidad de detectar las necesidades del cliente.

Aportar coherencia tanto al producto como al proceso de comunicación con el consumidor.

Consolidación de un plan de contenidos adaptado al cliente potencial de la empresa.

Fidelización de clientes satisfechos con un producto perfectamente segmentado, adaptado a las necesidades.



Ejemplos de perfiles de clientes



8. VARIABLES DE CARACTERIZACION Y SEGMENTACION

El Perfil de un Consumidor,

Se Construye en Base de una SEGMENTACIÓN

¿Qué es la Segmentación? Puede definirse como un proceso, el cual se encarga de dividir un mercado en segmentos o grupos identificables, más o menos similares o significativos.

- **Segmento :**Grupo de individuos que responden de forma similar a los estímulos que proporciona un satisfactor

- **Nicho de mercado: Grupo** de individuos más especializado que pueden ser parte de un segmento. • Los grupos de mínimo contenido son llamados células o celdas, son mercados altamente especializados, generalmente no son usados por su alto costo.

Características del perfil del consumidor

El consumidor es descrito en función a sus características físicas (edad, sexo, etc.), sociales (estado civil, clase social, etc.) o económicas (ingresos, educación, empleo, etc.) Edad. Menos de 12, 12-17, 18-34, etc. Nivel socioeconómico.





Que beneficios trae a la empresa

• Conocer y entender a los clientes.

• Ofrecer productos y servicios que en realidad demandan.

• Desarrollar estrategias de ventas enfocadas en las características definidas del perfil.

• Establecer los canales a través de los cuales podrá contactar a los clientes potenciales.

• identificar más efectivamente a sus competidores.

Que desventajas trae a la empresa

• El costo de producción aumenta, debido a la exclusividad de los productos.

• Aumenta el costo de marketing, debido al enfoque específico que maneja.

BIBLIOGRAFIA

https://es.wikipedia.org/wiki/Negociaci%C3%B3n

https://www.google.com/search?q=variables+de+caracterizacion+de+perfil+del+cliente&tbm=isch&ved=2ahUKEwj-3v_Rj7vvAhWX2lkKHVX0BAgQ2-

https://**www.estrategias y técnicas de la negociación**

https://cienciasjuridicas.javeriana.edu.co/documents/3722972/0/Presentaci%C3%B3n+Perfil+del+Consumidor.pdf/773c28d6-3d46-4432-b3b6-595f299712df

Nos vemos en la próxima formación módulo N5