



DOCUMENTOS PLANNING

Publicación periódica coleccionable

LA CREACIÓN DE UN VALOR SUPERIOR PARA LOS CLIENTES

Por Carlos Alberto Mejía C.
Consultor /Gerente

La esencia de una buena estrategia comercial es la generación de un valor superior para los clientes, tal que permita el posicionamiento del producto o servicio en la mente del consumidor y la generación de lealtad hacia la marca.

Examinemos los elementos básicos para la creación de ese valor superior. Ante todo, el cliente espera satisfacer una necesidad que tiene definida o que aspira a definir con exactitud. **La gran pregunta es: ¿cuáles son cabalmente las necesidades o aspiraciones que se van a satisfacer?** No siempre esta pregunta es fácil de responder. Por ejemplo, en la adquisición de un vehículo están presentes una o varias motivaciones de compra, tales como: un medio de transporte, un símbolo de status, un activo de inversión, un generador de diversión, un elemento de seguridad, el ahorro en precio como fruto de un descuento, etc. Como se aprecia, **no siempre es obvio qué o cuáles son exactamente las motivaciones de compra de un cliente potencial y cada cliente puede tener diferentes y diversas motivaciones.**

Las herramientas del mercadeo moderno están diseñadas para permitir una aproximación por anticipado a los motivos de compra, a través de los distintos mecanismos de investigación de mercados.

Normalmente el problema va más allá de la motivación de compra del cliente, hay que descubrir también qué lo hace permanecer con una marca o con un proveedor de bienes o servicios determinado. En esencia, hay que estar seguros de cuándo y cómo se crea un valor superior para el cliente. Muchas compras que en un momento dado se realizaron, no son capaces posteriormente de preservar en el cliente la sensación de estar al frente de un valor superior.

Ahora bien, ¿qué induce al cliente a permanecer, a generar lealtad, confianza, seguridad y disposición de compras sucesivas ante un proveedor de bienes o servicios? Es justamente la creación y mantenimiento de un valor superior. **El valor superior puede partir de las características del producto, de su precio, del proceso de su venta, de la duración del bien, del servicio postventa, de la información que acompañe al producto, de los sistemas de publicidad o promoción, del canal de distribución, etc.**

Por ejemplo, un mismo producto puede ser exitosamente vendido a través de un canal de distribución y fracasar en otro o, alternativamente, generar un gran reconocimiento por ser vendido con financiación frente a quien lo vende sólo de contado.

www.planning.com.co

Calle 33A No.76-141 TEL: (574) 4120600 Fax 4131095 Medellín - Colombia

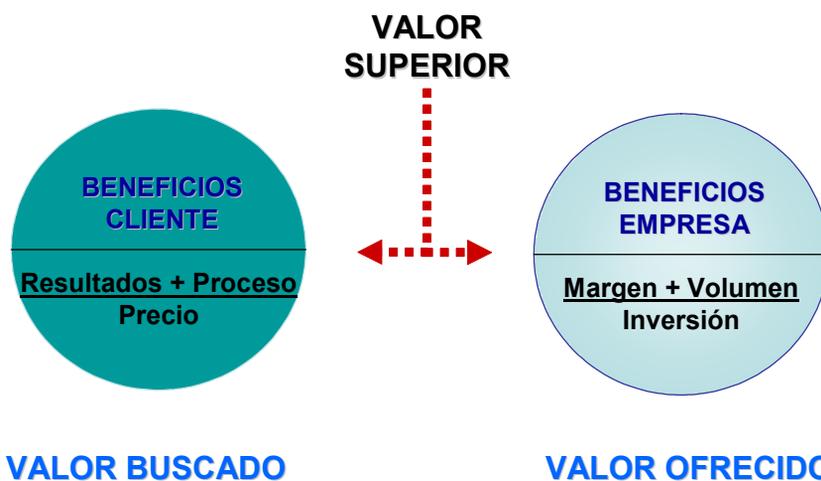


LA ESTRATEGIA
DEL CONOCIMIENTO

Si bien el cliente desea estar al frente de un valor superior, la empresa productora del bien o servicio, espera también que su producto le genere un valor para su crecimiento y desarrollo. Las relaciones entre el precio de venta, el costo de manufactura y de distribución, la cantidad vendida, el sistema de recaudo de las ventas y el ciclo de vida del producto, son determinantes de la contribución del mismo a la obtención de un resultado empresarial exitoso. La empresa, entonces, está buscando que el producto, a más de generar valor para el consumidor, lo genere también para ella.

El balance entre el beneficio percibido por el consumidor y el recibido por la empresa es lo que hará verdaderos productos, campeones en términos de generación de valor. Gráficamente, el valor percibido por cada una de las dos partes, empresa y cliente, puede verse así:

Creación de un valor superior para los clientes



Como se observa, el valor superior que el consumidor percibe es fruto de la combinación del resultado (el producto y sus características), el proceso (la forma en qué fue vendido y posteriormente atendido) y el precio (el cual dependerá de los precios en el mercado y el ciclo de vida del producto). La mezcla virtuosa de estos elementos le generará al consumidor la sensación de complacencia, niveles superiores de satisfacción o economías de costo o de tiempo, todos los cuales le crearán en su mente la percepción de un valor superior. De allí se deriva la lealtad y permanencia del cliente con el proveedor del bien o servicio.

Por su parte, la satisfacción mayor de la empresa se logrará en la medida en que logre una combinación adecuada entre el margen y el volumen de ventas de su producto, con relación al monto de las inversiones necesarias para su desarrollo. Todo lo cual, por supuesto, mejorará el retorno de su inversión, que es la razón de ser final de la gestión empresarial.

La creación de un valor superior, por lo tanto, es un proceso complejo donde se entremezclan las percepciones del cliente y los intereses y posibilidades de la empresa.

El valor superior para el cliente puede surgir del producto o de la forma de venderlo, al igual que para la empresa surgirá de la eficiencia y productividad de sus procesos de producción.

Existe la idea de que el valor para el cliente está determinado por el precio de venta, pero en la práctica el precio no es por sí mismo un valor, éste se consigue sólo en relación con los beneficios que el cliente percibe frente al precio pagado, es decir con el resultado y el proceso. El precio es un factor determinante de la competitividad del producto, pero sólo su combinación con la satisfacción del consumidor logrará generar un efecto de real valor.

El éxito de una buena estrategia comercial es la generación de un valor superior para el cliente, el cual es una combinación entre las expectativas del cliente y las posibilidades de la empresa. No siempre los productos más caros o más elegantes son los mejores o, a la inversa, los más baratos y simples, son los peores, todo dependerá de la percepción de valor del cliente. El determinar dónde está el valor superior es un reto para la gerencia en todo tipo de empresas.

Planning S.A.

Copyright © Planning S.A. Todos los derechos reservados.

Acerca de Planning

Si desea conocer más sobre este tema, [pulse aquí](#)

Planning S.A. es una empresa privada colombiana que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.

Servicios

Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los links:

▪ [Consultoría](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Monitor](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Planner](#) ▪ [Otras publicaciones](#)

Recomienda a un amigo

Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#), para entrar a la página de referidos.



Si quiere cancelar su suscripción, [pulse aquí](#), y será removido de nuestra base de datos.

www.planning.com.co