

# Getxo >MEETING<



**21 de mayo**

**Poner precio a lo que ofreces, ¿De qué depende?**

En la sesión de Getxo MEETING del pasado jueves 21 de mayo hemos destripado los factores que influyen en el precio de las cosas.

De esta forma te va a ser mucho más fácil entender todo lo que comprende un precio.

Como Getxo MEETING es un espacio de respeto mutuo y aprendizaje, de intercambio de experiencias, lo hemos aprovechado para hablar de este tema.

Una pista: El paquete, la caja, es fundamental. Cuando hablamos de la caja nos referimos a todo eso que no es exactamente el producto, pero que influye muchísimo en la calidad percibida. No es lo mismo que te entreguen un reloj en un estuche de terciopelo negro con letras en dorado con interior en raso, a que lo hagan en una bolsa de plástico blanca,

¿verdad? Pues lo mismo con ese servicio que estás intentando vender. El lugar donde celebrarlo, cómo lo anuncias, dónde lo anuncias...la imagen que da,... eso es la caja: Todo lo que llego a conocer sobre la calidad del producto sin haberlo visto siquiera. Como en un restaurante. Sin mirar la carta, ¿serías capaz de adivinar cuánto cuestan los platos principales? El mantel, la música, la decoración, el olor... Habla sobre la comida, pero sobre todo nos cuenta el rango de precios en el que se mueve. ¿Sabías que si la música que se escucha es jazz la gente entiende que el precio a pagar es mayor?

¿Qué más influye en el precio? Algunas de las claves compartidas:

- Precio alto se asocia a alto valor, a calidad, a marca.
- La seguridad se paga. La exclusividad se paga. La marca se paga.
- El valor de lo artesano, ver que detrás de ese producto/servicio hay una cara, nos hace conectar con lo humano, empatizar y alejarnos del factor precio.
- Si me hace sentir especial, si me tratan muy muy muy bien, no me importa pagar más.
- La confianza que me da saber que la calidad que vende es real, me hace valorarlo más.
- Lo personalizado marca la diferencia. Lo hace único, exclusivo, diferente, mío.
- La marca conocida, o asociarse a marcas que son oídas: esto puede generar confianza, seguridad de que si lo compro estará bien.
- Ayuda a generar beneficios: No es lo mismo un servicio para público particular que ofrecerlo a gente que va a hacer de eso parte importante de su profesión. En un caso, le sirve como vivencia, en el otro le sirve para generar beneficios. Como el retorno de inversión es mayor, es lógico que el precio que se paga también lo sea.
- La ubicación: tiene que ver con eso que contábamos sobre la caja. Una crema en una farmacia o en un supermercado, ¿crees que el valor percibido es el mismo? ¿Por qué?

Y tú ¿Qué precio vas a poner a ese servicio que estás a punto de sacar? El precio es una forma de contar el valor que un producto tiene. Esperamos que te haya servido para acercarte a la solución.