

rotondaweb.com

CONTENIDO EXCLUSIVO

EL PIRATA, LA MORSA Y EL BOTÍN.

mirko mescia



© 2024 Mirko Mescia
© www.mirkomeschia.com
© www.rotondaweb.com

Anexo a “Aprieta la morsa”

ISBN papel: 978-84-09-60997-0 Impreso en España

Diseño de portada - © Rebeca Ricosta

Todos los derechos reservados - 2024

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o distribución de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Ciao Ragazzi,

Aquí tienes el contenido exclusivo del que te hablé.

Se trata de algo tan, pero tan alucinante que, hasta yo, que viví la negociación desde adentro, quedé literalmente anonadado con el resultado que obtuve.

Antes de ir a esa sorprendente negociación que tuve a través de una plataforma de venta online, **algunas cosas importantes:**

No hay nada más peligroso para cualquier tipo de negociación, que aceptar ciegamente las condiciones de la otra parte.

Nada más contraproducente que transmitir necesidad de que el trato se cierre lo más rápido posible.

Y cuando digo cualquier negociación, me refiero a cualquiera.

Te hago unos ejemplos muy básicos para que nos entendamos:

Una pregunta puede ser interpretada (de parte de quien la recibe) como un posible comienzo de una negociación.

Una simple pregunta. Es así. Piénsalo. Es así.

Alguien te pregunta: “¿A qué te dedicas?”.

Puedes contestar “Soy *[rellena tu esta parte]*”, y la cosa termina ahí. O puedes “inyectarle” cierto grado de curiosidad con una respuesta más interesante, sorprendente, para que el otro quiera saber más sobre lo tuyo.

Otro.

Alguien te pregunta: “¿Cuánto cuesta tal cosa?”

Puedes contestar “Cuesta tanto” y listo. El otro acepta o no. O puedes contestar “Cuesta tanto, y...”, y empiezas a mostrarle los beneficios o

las características ligadas a ese producto, para que el otro se detenga para considerar si efectivamente le conviene o no comprarlo. Ahí, empezó una negociación que tiene buena pinta. Si lo logras, has sido bueno en lo tuyo, has capturado su atención y lo estás llevando derecho a la caja registradora.

Otro ejemplo, familiar.

Una madre termina de preparar la comida, pone el plato delante de su hijito y le dice: “Come la sopita de fideos, mi amor”, se gira y sigue haciendo sus cosas. Cuando vuelve, la sopa está intacta, fría y el niño sin comer.

Quieras o no, empezó una negociación. Si hubiese servido lasañas hubiera sido más fácil, pero bueno... jajajajaja. Tratándose de sopita de fideos, está usando una estrategia que no funciona. ¿verdad?

El mismo ejemplo, pero otra forma:

Una madre le hace el avioncito con la cuchara, para que su hija coma la sopita de fideo. La hija come la sopita. Está usando una estrategia que funciona. La hija “compró”. La negociación fue la misma. El resultado completamente distinto.

Lo mismo con cualquier negociación.

Ahora tienes que trasladar esto a tu mundo.

Dicho esto.

Vamos a lo que ocurrió en la plataforma digital.

Atenti.

En ese momento estaba en Buenos Aires. Encontré un libro de un famosísimo escritor italiano, no doy nombres por una cuestión de discreción (ahora vas a entender), en una plataforma de venta de cosas de segunda mano (estilo Wallapop, MercadoLibre, MarketPlace, Aliexpress, etc.).

La persona que lo vendía me contestó que ya no lo tenía y pocas horas después me volvió a escribir (todo esto en la plataforma),

avisándome que tenía todos los materiales de las clases privadas que ese mismo escritor había dictado, años atrás, en una membresía, sobre técnicas de escritura, a la cual ya no se podía acceder.

Quedé muy sorprendido por ese mensaje inesperado y tentador, muy tentador.

Desde el punto de vista de la negociación, hizo exactamente lo que hay que hacer cuando te hacen una pregunta que implique un posible negocio: me “inyectó” cierta dosis de curiosidad sobre un material absolutamente inédito, jamás publicado, fuera de mi alcance y que muy probablemente hubiera podido interesarme.

Es cierto. Estamos hablando de un material “pirata”. Nada legal. No es buena praxis entrar en esa, ni como comprador, y menos aún como vendedor. Pero aquí la cuestión es otra.

Me interesé en el material. Era importante para mi trabajo y absolutamente imposible de conseguir. Imposible. De hecho, sigue siendo imposible. Esa publicación ya no está.

Empieza la negociación.

Te recuerdo que yo estaba en Buenos Aires, y la vendedora en Italia; y que estamos hablando de un material digital (Pdf).

La negociación tomó un rumbo inesperado, para mí, y muy probablemente también para la vendedora.

Estos fueron los mensajes que nos intercambiamos. Presta atención. Más abajo te digo más.

MIRKO - Hola, ¿el libro está en buenas condiciones?
Gracias

VENDEDORA - Hola. Lo siento. El libro ya no está disponible.

(Unas horas después, me vuelve a escribir)

V - Buenos días, si te interesa tengo casi todas las formaciones de XXXXXX en papel (los talleres internacionales y todo lo de la membresía sobre técnicas de escritura) a la venta. Saludos.

M - Hola ¿Cuánto vendes cada cosa?

V – Talleres internacionales + todo el material de la membresía desde enero hasta diciembre, por 300 €. Solo el material de la membresía 200 €.

M - Hola, ¿entendí bien? ¿Tienes todos los materiales impresos? Yo estoy en Buenos Aires: ¿Cómo haces: envías todo por correo o cómo? Gracias

V - Lo tengo en Pdf... Puedo mandártelo por WeTransfer

M - Hola, ¿te parece que hablemos así me cuentas? Gracias. Mi tel.: XXX XXX XXX Mirko.

(No me contesta. Vuelvo a escribirle al día siguiente).

M - Hola ¿estás para hablar hoy por teléfono? Saludos

V - Hola, lo siento, pero prefiero hablar por aquí solo. Gracias

M - Hola, ¿Cómo lo vendes ese material? ¿De qué manera procedes? (la forma de pago y los pasajes). Entenderás que no está siendo muy claro por aquí. Si me explicas un poco más quizás entienda. Gracias

V - Lo tengo todo en Pdf. Me das una dirección de correo electrónico y te lo mando por WeTransfer. Para el pago puedes hacerme una transferencia.

M - Hola, mira, ni se cómo te llamas. Yo me llamo Mirko. Esto es un poco raro y el hecho de que no quieras hablar por teléfono es más raro aún, así que te propongo lo

siguiente: tú me envías el material (y los datos de la cuenta) y en cuanto me llega el material a mi mail, y está todo bien, te mando el dinero en el acto. Si no te parece bien, no hay problema, me lo dices y lo dejamos aquí; seguro encontrarás otro que te compre así, a la ciega, sin ni siquiera hablar. Saludos.

Mi mail: mirko@xxxxxxxxxx

V - Me llamo Sara ;) Ahora te lo mando... que veas que es verdad

(minutos después)

V - Ya te he mandado el 80% de lo que tengo. Lo que falta, cuando me hagas la transferencia. El número de cuenta es este XXX XXX XXX XXX

M - Perfecto ahí lo vi. Procedo con el pago y te aviso.

¿Podemos decir que fue una buena negociación?

De mi parte, seguro. Desde la suya, no sé. Arriesgó mucho.

Si la vendedora hubieras sido tú: ¿Hubieras confiado? ¿Me hubieras enviado el 80% de semejante material, antes de que te lo pague?

Lo más probable es que no. Y hubiera sido del todo entendible.

Sin embargo, ella me lo mandó, y te soy sincero: fui a “cliente perdido”, ya que no imaginaba que iba a aceptar. Sin embargo, apliqué el **copywriting alto impacto**, y una vez más funcionó, contra todo pronóstico.

Las claves para entender por qué funcionó, son dos: **actitud** (mi postura) y el **copy** (el tono de mis mensajes).

Hay algo muy importante, que se puede trasladar a cualquier tipo de comunicación escrita, insisto, cualquier tipo, que es que el tono de un

mensaje escrito siempre está sujeto a demasiadas posibles interpretaciones.

La palabra escrita tiene este enorme obstáculo para superar, si se quiere persuadir por medio de ellas.

En cambio, con la voz hablada, (audio, etc.), es más difícil que el otro malinterprete tu mensaje. Si estás haciendo un chiste, o estás siendo irónico, o si tu mensaje es muy serio, preocupado, al escuchar tu voz se notará inmediatamente. Es el *cómo* lo dices lo que le da sentido a lo *que* dices. Mismas palabras, pero tonos distintos, sí?

La palabra escrita no. Las mismas palabras pueden ser interpretadas de maneras diametralmente opuestas, con lo cual hay que saber usarlas con precisión y estrategia, teniendo en cuenta todo esto que te estoy diciendo (más allá de que las palabras, también puede ser mentira, pero esto es otro asunto).

Actitud (mi postura).

Copy (el tono de mis mensajes).

Actitud:

El pasaje clave, que empezó a dirigir la negociación hacia mi favor, fue este:

M - Hola, ¿Cómo lo vendes ese material? ¿De qué manera procedes? (la forma de pago y los pasajes).
Entenderás que no está siendo muy claro por aquí. Si me explicas un poco más quizás entienda. Gracias

Aquí estoy alertando a la vendedora. Le estoy diciendo que la cosa no huele bien, es rara. Estoy atacando, pero con transparencia, haciendo preguntas legítimas y claras. A la vendedora no le queda otra que responderme con claridad, si no quiere perderme como cliente. De hecho, responde a mi pregunta así:

V - Lo tengo todo en Pdf. Me das una dirección de correo electrónico y te lo mando por WeTransfer. Para el pago puedes hacerme una transferencia.

¿Ves que se limita a contestar a las preguntas, pero sin aumentar mi curiosidad o deseo de comprar el material? Esto es clave y pasa en muchísimos otros ámbitos. En lugar de mantener la conversación encendida e “interesante” (para el otro, yo, en este caso), tendemos a querer cerrar el trato cuanto antes, transmitiendo necesidad y poco manejo de la negociación.

Copy:

El pasaje clave que convenció la vendedora a mandarme el material sin recibir ni siquiera un adelanto, fue claramente este (**negritas mías**):

M - Hola, mira, ni se cómo te llamas. Yo me llamo Mirko. Esto es un poco raro y el hecho de que no quieras hablar por teléfono es más raro aún, así que te propongo lo siguiente: tú me envías el material (y los datos de la cuenta) y en cuanto me llega el material a mi mail, y está todo bien, te mando el dinero en el acto. **Si no te parece bien, no hay problema, me lo dices y lo dejamos aquí;** seguro encontrarás otro que te compre así, a la ciega, sin ni siquiera hablar. Saludos.

Mi mail: mirko@xxxxxxxxxx

Está claro que **quiero** comprar el material, pero que no **necesito** comprarlo. Esta es la actitud que hay que tener en cualquier negociación (en la formación “Aprieta la morsa” verás numerosos ejemplos al respecto).

Quiero ≠ Necesito

Y todo esto, expresado con un copy concreto, claro y conciso (las 3 C de las que te hablaré en “Aprieta la morsa”).

De este mensaje, el pasaje más importante, el que tienes que aprender de memoria, el que tienes que adaptar a cualquier negociación, (cualquier pedido, presupuesto, transacción...) es este:

“Si no te parece bien, no hay problema,
me lo dices y lo dejamos aquí”.

Hay infinitas variaciones sobre este tema. Lo más importante es que te quedes con el ángulo: **¿Quieres un sí? Tienes que pedir un “No”.**

Insisto: hay infinitas maneras de “pedir un no”. Lo más importante es que entiendas que cualquier negociación la gana el que habla menos y escucha más, el que hace las preguntas correctas, por ende, el que conoce mejor el terreno del interlocutor.

Vuelve a leer toda la conversación que tuve con la vendedora. Te darás cuenta de que la negociación la empezó ella, pero la llevé yo.

Actitud y Copy.

En la formación “Aprieta la morsa” verás cantidad de ejemplos tan apasionantes como este, y más. Y todos 100%.

Escucha, absorbes, aprende.

Yo trato de hacerlo todos los días.

Forza Tutti,
Mirko Mescia

