

# **Cómo Cobrar 100 Veces Más por tus Servicios que tu Competencia**

**Andrés Berger García**

# Sobre Derechos de Distribución

---

Tienes autorización para distribuir este reporte a quién lo desees y puedes darlo como bono de una compra, como bono por una suscripción a un boletín electrónico, pero cumpliendo estos requisitos:

- Debes colocar un enlace en tu sitio a la página:  
<http://www.Mi-Alojamiento-Web-Profesional.Info>  
Mientras regales este reporte.
- No debes regalarlo sin razón. Puedes ofrecerlo como bono de compra, como bono por suscripción a tu boletín electrónico, entre otros.
- No debes hacer ninguna modificación al contenido de este reporte.

De venderse, este reporte fácilmente **tendría un valor de \$39 dólares americanos** ya que quien lo lea tendrá una visión distinta de su pequeño negocio que le ayudará a generar mucho más dinero. Así que siéntete libre de anunciarlo con ése valor de mercado.

Por tu merecido éxito



Andrés Berger García  
Director -- Onlylinux.com

*Andrés Berger*

# Introducción

---

La mayoría de pequeños empresarios suelen cobrar muy poco por sus productos y servicios.

La mayor parte del tiempo, sus cálculos sobre los costos están basados sólo en los gastos en materiales, sin considerar costos ocultos (servicios adicionales, asistencia, entre otros) o simplemente cobran de acuerdo a los precios que está cobrando la competencia, limitándose a así mismos a estos precios como si fueran los máximos que se pueden cobrar.

Desafortunadamente, nunca tendrás un negocio exitoso o próspero cobrando poco (sin tener un aluvión de clientes) ya que lo poco que ganes te servirá sólo para subsistir y tu negocio no podrá crecer. De hecho, en un mercado limitado, ésta es la mejor forma para que tus clientes no respeten tus servicios, tus soluciones o tus recomendaciones, por la sencilla razón que no estás brindando nada especial o nada que te diferencie del resto.

Pero.... ¿Cómo cobrar más, si la gente se rehúsa a pagar siquiera un dólar adicional de lo que cobran tus competidores? ¿Cómo entonces **he logrado cobrar hasta 100 veces más** por mis servicios de lo que cobran normalmente otras empresas consideradas buenas y aún así, muchos clientes prefieren trabajar conmigo que con otros proveedores infinitamente más baratos? La respuesta la verás a continuación.

Te pido que leas en detalle este reporte porque no existe información de relleno. Cada cosa que encontrarás aquí te ayudará para que tu vida profesional o tu pequeño negocio sea mucho más exitoso y sobre todo gratificante, porque explica como logré cobrar por un proyecto web \$28,800 dólares americanos cuando por un proyecto similar, las empresas suelen cobrar entre \$250 a \$300 dólares americanos (y morir de hambre en el proceso ya que toma más de una semana hacerlos y además existen algunos gastos).

# Capítulo I

---

## “ Desmitificando el Tema de los Precios ”

Todos queremos cobrar lo máximo posible para poder tener mayor prosperidad en nuestros negocios y nuestras vidas sin tener que trabajar excesivamente (tampoco estoy fomentando que todos nos convirtamos en vagos para trabajar muy poco y ganar millones, sólo que trabajar en exceso es malo para ti porque te enferma y también es malo para tus clientes porque no podrán disfrutar más de tus servicios que les brinda enormes beneficios a sus vidas), pero el pequeño inconveniente es que hay varias barreras que te impiden cobrar “lo que deseas” por tus productos o servicios.

Los factores que limitan lo que puedes cobrar son:

- *El valor de lo que produces para tus clientes*

En la década de los 60, las computadoras costaban típicamente 1 millón de dólares (las computadoras “baratas” eran las PDP que estaban por el rango de los 100,000 dólares de aquella época) por un Mainframe, con una tecnología que era muy inferior a lo que te ofrece una computadora personal en la actualidad. No existían los programas actuales muy fáciles de usar, las reparaciones eran carísimas, el consumo de electricidad elevado y se requería muchos operadores y días de trabajo para hacer incluso tareas que en una computadora de escritorio actual se haría en unos 10 minutos. Sin embargo, las corporaciones y los gobiernos pagaban este precio (y todos sus adicionales) porque el valor que proporcionaban era enorme.

Pero ¿Qué es el valor? El valor es **cualquier beneficio**, no sólo económico, que un bien o servicio puede proporcionar a alguien. Es un concepto subjetivo y el derecho a calificar de valioso algo está **enteramente en el lado del cliente** (es decir, algo es valioso si el cliente lo cree así, aún cuando pudiera estar “equivocado” nadie más tiene derecho a decidir que es valioso o no y su decisión es inapelable!)

Entonces ¿Por qué las computadoras no cuestan 100 millones de dólares ahora que son 100 veces más provechosas que antes? La respuesta está en la siguiente:

- *La cantidad de competidores ofreciendo lo mismo que tu.*

Las computadoras han incrementado su valor para los clientes, pero la cantidad de vendedores de computadoras se ha incrementado mucho más. No sólo vendedores, ensambladores, programadores, fabricantes se cuentan por miles o cientos de miles. Ahora existen Intel, AMD, máquinas diferentes como la MAC, sistemas operativos como Windows, Linux, Unix e infinidad de variantes y también personas que conocen en detalle como funcionan los componentes hace que los precios bajen porque todos están ofreciendo básicamente lo mismo.

- *El valor que pueden aprovechar tus clientes*

Pon una computadora de última generación, con conexión a Internet de alta velocidad, con síntesis de voz y los últimos programas en manos de un analfabeto de un pueblo escondido y para él la computadora no valdrá nada. No vale nada porque él mismo no es capaz de producir nada con el “inmenso valor” que le estás proporcionando.

De igual manera, de nada sirve brindar productos de altísimo valor a clientes que no pueden, no saben o no quieren aprovecharlos de la mejor manera. De aquí puedes inferir que sólo una pequeña parte de todos tus clientes podrán compensarte enormemente por tus servicios, cumpliéndose la regla de Pareto que dice que el 80% de tus resultados vendrán con el 20% de tu esfuerzo.

Me parece que las limitantes han quedado claras. Es más, puedo intuir que incluso tienes conciencia de ellas actualmente, pero lo que talvez no se te ha ocurrido es como puedes romper estas limitantes para cobrar mucho más por tus servicios.

# Capítulo II

---

## “ Cambiando la Forma Como Miras a tus Clientes ”

A veces, cuando propongo a un cliente que produzca un producto más caro para ofrecérselo a clientes que han comprado una opción más económica del mismo, oigo que dicen cosas como estas:

“Entonces los podemos enganchar con el producto caro”

“Luego le enchufamos el producto caro....”

“Esperemos que caigan ...”

Todas estas frases tienen una falla radical de Marketing (aún cuando ningún cliente las escuche nunca). Al decir esto, están pensando que el producto caro es un ardid, una trampa para ganar más dinero, en lugar de lo que debería ser: **Una oportunidad para que tu cliente gane mucho más por su compra.**

Esto es sumamente importante, porque sin este enfoque jamás podrás ensamblar productos que realmente beneficien a tus clientes. Siempre tratarás de cobrar más por la desinformación de tu cliente (aquí te aprovechas de él, lo que nunca es buena estrategia), por efectos de escasez temporal (no sostenible en el tiempo) o talvez porque tienes control de cierto elemento en el mercado, pero no porque estás brindando genuino valor para ellos.

Para ponerte un ejemplo sencillo: en mi página:

<http://www.Mi-Alojamiento-Web-Profesional.Info>

(Te invito a que te suscribas en el curso que se ofrece ahí ya que se brinda información muy importante si deseas tener éxito en los negocios por Internet)

ofrezco un alojamiento web por **\$97 dólares anuales** que está orientado a dueños de pequeños negocios. En la situación actual, este alojamiento tiene un precio bastante elevado en un entorno de altísima competencia. Si ingresas a la página, verás que ofrezco no sólo el alojamiento, en realidad estoy complementando el servicio con asesoría en mercadeo por Internet.

Si eres dueño de un pequeño negocio, esta oferta te parecerá bastante atractiva porque normalmente los pequeños empresarios compran un alojamiento web para que su sitio tenga buenos resultados económicos.

Si bien este servicio te acerca al éxito, si realmente quieres que trabaje de la mano contigo para que el éxito de tu sitio esté asegurado, puedo hacerlo, aunque va a costarte mucho más caro. De seguro estarás deseoso de pagar ése precio si con eso te estoy asegurando tu éxito con un mínimo riesgo.

Justamente a raíz de éste último párrafo viene nuestra siguiente reflexión.

# Capítulo III

---

## “ Reduciendo el Riesgo para tus Clientes ”

No hay nada que limite más las ventas que el riesgo de perder que sienten los clientes. El riesgo que tu cliente percibe que existe cuando te hace una compra, hace que deje de invertir muchísimo dinero que podría darte una prosperidad inmensa. Al no invertir su dinero, pierdes tú, pero lamentablemente él también pierde.

Uno de los componentes que usé para lograr cobrar \$28,800 dólares por un proyecto web es justamente éste. Mi cliente ya había invertido cientos de dólares en una web que estaba dándole resultados desalentadores y de hecho, tenía bastantes reservas para invertir más a pesar que su proveedor actual le había dicho que era necesaria más inversión si deseaba ver resultados (mi cliente ya tenía miedo de arriesgar más).

Lo primero que noté es que su negocio es prometedor. Ese es un componente clave para poder aplicar la estrategia que explico aquí, porque si el negocio en sí no es prometedor (y tú lo sabes) y te comprometes a trabajar para tu cliente, **en realidad estás estafándolo** porque tú sabes que él no conseguirá un retorno adecuado por la inversión que hizo en ti y si procedes de esa manera, simplemente nunca volverá a trabajar contigo. Sobre todo, no estarías actuando de manera correcta y cuando eso pasa, no puedes esperar que el éxito venga hacia ti. Creas en Dios o no, existen leyes universales en el universo y éstas se cumplen igual como las leyes físicas independientemente de crearlas o no.

Bueno, una vez que has establecido que hay un valor enorme en tu servicio para el cliente, debes establecer un plan de **compensación con relación a los resultados**. Esto significa que sólo cobrarás tu dinero si el cliente logra lo que tú le has prometido.

A la mayoría no le interesa trabajar de esta forma, porque el ingreso del dinero no está “seguro”. La verdad, es que se requiere una capacitación muy amplia y dominar absolutamente el tema para poder ofrecer esta opción al cliente (los ajedrecistas dirían que se necesita ser un “**gran maestro**” para poder hacerlo) ya que si no hay resultados, no te pagan.

Si lo piensas mejor, te darás cuenta que ésta es la única forma lógica de trabajar, porque si tu trabajo no da resultados, entonces ¿Para que trabajas?, sería mejor que no hagas nada por ser un inútil. Es duro pero cierto, las personas necesitan



resultados y si eres capaz de brindarlos ofreciendo un mínimo riesgo, entonces tus clientes serán capaces de recompensarte extremadamente bien.

# Capítulo IV

---

## “ Hacer Una Propuesta De Ganar - Ganar ”

Muchos tienen una creencia equivocada que en los negocios uno gana y el otro pierde. Esto normalmente lo piensan personas que están ligadas a los deportes o tratan de hacer una comparación de los negocios con los deportes.

Esto no tiene que ser así. De hecho nunca debe ser así. Una relación de negocios siempre debe estar orientada a que todos ganen, tú como proveedor, tu cliente, los clientes de tus clientes, tus proveedores, tus distribuidores. Todos pueden ganar si has ensamblado un producto o una propuesta de negocio que permita que todos puedan beneficiarse.

Cuando comencé a hacer páginas web, mi empresa cobraba aproximadamente \$300 dólares por un sitio pequeño, lo que no me permitía crecer ya que tomaban más de una semana hacerlos y eso no dejaba ganancias ni siquiera adecuadas. Posteriormente decidí cambiar el modelo de negocio y ofrecer algo que nadie más estaba ofreciendo en el mercado y me las arreglé para cobrar alrededor de \$1,000 dólares por 1 sitio web sencillo, pero eso tampoco daba ingresos satisfactorios.

Cabe señalar que yo vengo de tener experiencia en el área de desarrollo de sistemas corporativos donde había visto vender desarrollos de software por \$800,000 dólares americanos, así que siempre me preguntaba ¿Por qué uno tiene que conformarse por cobrar tan poco en diseño de páginas cuando se cobra montos altísimos por desarrollos de sistemas? (un poco de la respuesta ya la explique antes), entonces fue cuando decidí cambiar de estrategia.

A continuación te contaré como se hizo la propuesta:

En primer lugar, ya había decidido que sólo realizaría proyectos web para mi propia empresa. En caso de aceptar sitios de clientes, entonces tendría que cobrar muchísimo más de lo que estaba cobrando, aunque sólo ofreciéndole al cliente los resultados que desea conseguir. Entonces aplique estos pasos:

1. Identifique que mi cliente podría obtener ventas de aproximadamente unos 100,000 dólares anuales con una ganancia neta de 20,000 dólares anuales. Esto lo pude determinar debido a mi experiencia en este tipo de negocios

(como mencioné antes, más vale que sepas todo de tu negocio antes que puedas embarcarte en una propuesta de este tipo)

2. Hice una propuesta en base a lo máximo que podría ganar, sin considerar lo que cobra la competencia. El pago sería en base a resultados, con una mínima cuota de \$300 para asegurar que el cliente está realmente comprometido con el trabajo (para mí era obvio que pagar estos \$300 no sería problema para mi cliente, sino hubiese tratado de cambiar el pago por otro tipo de compromiso).
3. Se indicó que por cada venta realizada, se me pagaría 6% de las ganancias, de tal modo que tanto yo como mi cliente ganaríamos 6% de cada venta hasta que mi cliente llegue a pagarme el monto total presupuestado para el proyecto (\$28,000 dólares americanos), luego de lo cual todo lo desarrollado sería suyo.
4. Finalmente, todo quedaría en mi control para tener total libertad para poder hacer que el sitio tenga resultados. Muchas veces los clientes no te dejan hacer lo que sabes que es mejor por tener sus propias ideas preconcebidas. De esta forma, quedé libre para probar las cosas que podrían tener mayores posibilidades de éxito.

Eso es todo. En resumen, los ingredientes que usé para lograr la mayor ganancia posible por mi trabajo fueron:

- Trabajar en base al valor de mi trabajo para el cliente.
- Reducir el riesgo del cliente.
- Establecer una propuesta de Ganar-Ganar

Además, esto fue posible porque no hay competidores que estén haciendo lo mismo (o al menos no existen en abundancia) y demostrarle al cliente que mi empresa es una autoridad genuina en este tema porque es la única capaz de trabajar asegurando sus resultados.

Realmente espero que este reporte signifique un cambio en como ves a tus clientes y te sirva para llevar a tu negocio al siguiente nivel. Esto se puede aplicar de igual manera si eres abogado, vendedor o para casi cualquier profesión que

tengas. Lo que necesitas es creatividad y encontrarte con las condiciones que te he señalado antes. Siempre hay clientes que están dispuestos a pagar más que otros para lograr sus metas y tu deber es encontrarlos para ayudarlos de la mejor manera.

Con respecto al sitio que realicé. Por favor, no me preguntes sobre quien es el cliente ni el sitio que desarrollé para él ya que no tengo autorización para revelar esta información (traería competencia innecesaria para mi cliente).

No te olvides de ingresar a:

<http://www.Mi-Alojamiento-Web-Profesional.Info>

Para conseguir más información sobre negocios en Internet