

¿CÓMO MANEJAR LOS PRECIOS EN MI REFACCIONARIA?

La percepción del precio de un producto se refiere a cómo los consumidores interpretan y valoran el costo de un producto, más allá de su precio real. Esta percepción puede ser influenciada por diversos factores que afectan cómo los clientes perciben si un precio es justo, caro o una ganga. Aquí se explican algunos de los principales factores que influyen en la percepción del precio:

1. Calidad Percibida

- **Relación precio-calidad:** Si los consumidores perciben que un producto es de alta calidad, están más dispuestos a pagar un precio más alto. La calidad percibida puede depender de la durabilidad, funcionalidad, marca y características del producto.

2. Valor de Marca

- **Prestigio y reputación:** Las marcas reconocidas y bien valoradas pueden establecer precios más altos porque los consumidores asocian la marca con confianza y calidad.

3. Competencia

- **Comparación de precios:** Los consumidores comparan los precios con productos similares en el mercado. Si encuentran un precio más bajo para un producto de calidad similar, la percepción del precio de tu producto puede ser negativa.

4. Promociones y Descuentos

- **Ofertas y rebajas:** Las promociones temporales pueden mejorar la percepción del precio. Los descuentos hacen que los consumidores sientan que están obteniendo una buena oferta, lo que puede influir positivamente en su percepción, siempre y cuando el descuento no sea exagerado, a menos que sea un producto en liquidación.

5. Experiencia de Compra

- **Servicio al cliente y experiencia de compra:** Una experiencia de compra agradable y un buen servicio al cliente pueden hacer que los consumidores perciban el precio como más justo, incluso si es más alto.

6. Presentación del Producto

- **Embalaje y presentación:** Un buen diseño y una presentación atractiva pueden aumentar la percepción del valor y justificar un precio más alto.

7. Referencia de Precios

- **Precios de anclaje:** Los precios de referencia, como el precio anterior tachado y el precio nuevo rebajado, influyen en la percepción de los consumidores sobre cuánto están ahorrando.

8. Contexto del Mercado

- **Factores económicos y sociales:** La percepción del precio también puede depender del contexto económico (como la inflación) y de factores sociales (como las tendencias de consumo).

Ejemplos Prácticos

1. **Productos de Lujo:** Los consumidores esperan que los productos de lujo tengan un precio alto. La percepción del precio se asocia con exclusividad y estatus.
2. **Productos de Uso Diario:** Para productos de uso cotidiano, como alimentos básicos, los consumidores suelen ser más sensibles al precio y buscan ofertas.
3. **Tecnología:** En productos tecnológicos, los consumidores buscan una buena relación calidad-precio. Un producto con mejores características a un precio similar al de la competencia se percibe como una buena compra.

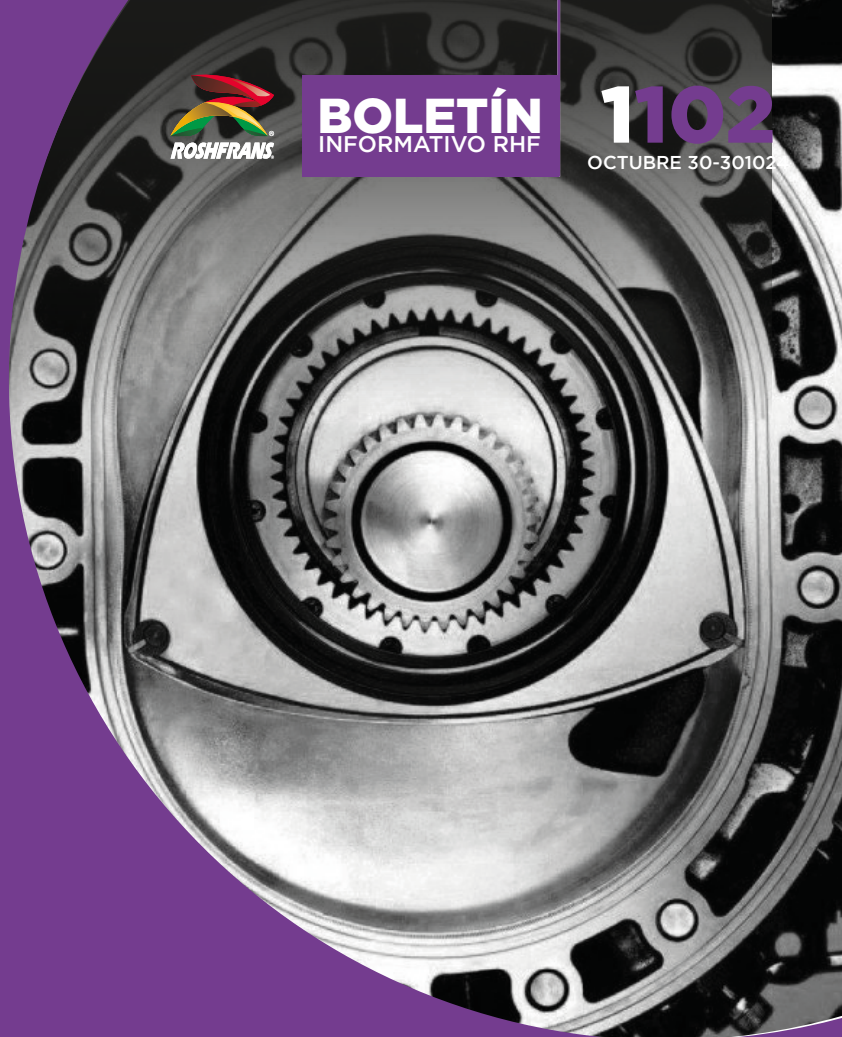
Conclusión

La percepción del precio es crucial para la estrategia de marketing y ventas de cualquier refaccionaria. Comprender cómo los consumidores perciben el precio de un producto permite ajustar estrategias de precios, mejorar la presentación del producto y ofrecer promociones que refuercen la percepción de valor, ayudando a maximizar las ventas y la satisfacción del cliente.



MOTORES WANKEL

Estos motores tienen un menor número de piezas móviles, comparados con uno de combustión interna normal; se caracterizan por su tamaño pequeño, ofrecen buena potencia con una cilindrada menor, tienen rangos de vibraciones menores. Una de sus ventajas es que estos motores pueden trabajar a más de 10,000 rpm; sus desventajas son: los componentes sufren desgaste excesivo, los costos de mantenimiento son mayores y el consumo de aceite es excesivo.



HI-ENERGY

Especial para vehículos con alto kilometraje y sometidos a un trabajo intenso, formulado con aceites básicos de alto grado de refinación y un exclusivo paquete de aditivos que optimizan el desempeño del motor bajo cualquier condición de servicio y temperatura.

Viscosidades:

SAE 20W-50 / SAE 25W-50 / SAE 25W-60 /

Mejora la compresión en motores con kilometraje acumulado y recupera la potencia del vehículo, gracias a su tecnología MC-2[®] que incrementa la estabilidad del aceite, minimizando fugas y consumo de aceite. Incrementa la vida útil del motor, debido a su reserva alcalina (BN) que neutraliza los ácidos producidos durante la combustión. Elevada protección contra el desgaste en piezas y zonas críticas del motor gracias a sus aditivos antidesgaste.



MÁS INFORMACIÓN, AQUÍ