

Precios flexibles, asequibles y centrados en el cliente

(Riiing, riiing.)

Mohan: «Hola, soy Mohan».

Comunicante: «Señor, ¿podría rebajar un poco el precio de sus libros?».

Mohan: «¿Qué libro, querido?».

Comunicante: «El libro titulado Understanding Strategic Management in a Simple Manner».

Mohan: «¿Cuánto pone de precio?».

Comunicante: «Señor, 500 rupias».

Mohan: «¿Cuánto puedes pagar?».

Comunicante: «Señor, ¿puedo pagar 400?».

Mohan: «De acuerdo. Pero te daré la edición de bolsillo, que además es más cómoda de leer».

Comunicante: «Señor, ¿podría rebajar también el precio de otro libro?».

Mohan: «¿Cuál esta vez?».

Comunicante: «Un libro de investigación, Post Liberalisation Development in India - 1991-2017».

Mohan: «¿Dónde lo has visto? ¿Cuál es su precio de venta impreso?».

Comunicante: «Señor, soy investigador, estoy haciendo el doctorado en Dirección Estratégica. Vi este libro en la biblioteca».

Mohan: «Me estás hablando desde el móvil, ¿verdad? ¿Es tu móvil? ¿Qué plan de datos tienes? ¿Son 2 GB al día?».

Comunicante: «Sí».

Mohan: «¿Para qué quieres el ejemplar de biblioteca, en tapa dura, de 1000 rupias? ¿Por qué no te llevas el libro electrónico? Te lo puedo dejar por solo 200 rupias».

Comunicante: «De acuerdo, señor. ¿Puedo llevarme también su manual de casos?».

Mohan: «¿Para qué lo quieres? ¿Piensas leer todos los casos de ese tocho de tapa dura de 650 páginas?».

Comunicante: «¿Tengo otras opciones?».

Mohan: «Puedes comprar la versión electrónica del manual de casos, disponible por 200 rupias. O elegir los casos que te interesen y tener un libro personalizado y manejable de 100 páginas por solo 150 rupias. Pero antes de eso, ¿puedo preguntarte si sabes por qué deberías usar un manual de casos?».

Comunicante: «Porque los estudios de gestión se imparten mediante el método del caso».

Mohan: «Hay más que eso. ¿Por qué no compras el libro electrónico de 260 páginas Case Method for Management Education, por solo 100 rupias?».

Comunicante: «De acuerdo, señor, pero ¿y si no consigo entender los casos?».

Mohan: «Bueno. En ese caso, mejor lee primero un pequeño libro de casos breves titulado Tales of Grandfather. Si te gusta, hazte con el libro completo de casos. Y si compras todos los libros anteriores, te regalaré un ejemplar de Analysis of Cases, si me envías el análisis de dos casos cualesquiera».

Comunicante: «De acuerdo, señor. ¿Cómo lo compro?».

Mohan: «Simplemente entra en ekhaikk.in y haz clic en “Cómo comprar libros impresos / electrónicos”».

En cuanto el profesor Mohan colgó el teléfono, su nieto le preguntó: «Nana, ¿cómo le das el libro a quien llama al precio que sea que te pida?».

El profesor Mohan respondió: «Podría seguir bajando el precio incluso hasta 10 rupias, en los casos que lo merezcan. Depende de por qué uno escribe un libro».

«Pero ¿cómo, Nana?», preguntó el nieto, siempre curioso.

«Pregúntaselo a tu profesor de gestión», dijo Nana, sonriendo.

Poco se imaginaba el doctor Mohan que la tarea de cumplir el objetivo de escribir los libros aún no había terminado, aunque sus esfuerzos ya habían reducido el coste y hecho los libros accesibles a todo aquel que los quisiera. Pero gestionar el último tramo de la carrera iba a ser una experiencia extraordinaria y muy distinta, propia y única del contexto indio.

Preguntas

P1. Como profesor, ¿podría explicar cómo puede aplicarse este tipo de fijación de precios en el negocio editorial?

P2. ¿Puede el documento smgi.in/mrp.pdf ayudar en ello?

P3. ¿Podría adoptarse este enfoque para otros productos y servicios?

P4. ¿Ha conocido usted alguna otra experiencia de gestión del último tramo de la carrera? ¿Cuáles podrían ser sus implicaciones más amplias?