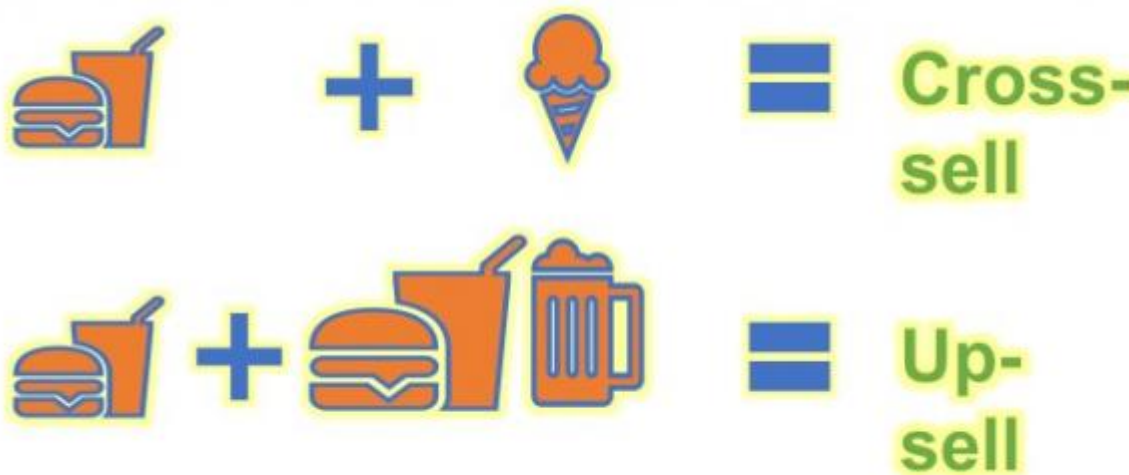


¿Cuál es la diferencia entre cross-selling y up-selling?

Empresas, 10/05/2020



Al pensar en ventas, se tienen que hacer análisis lo más frecuente posible para ver las

mejores prácticas que funcionan: tácticas usadas, publicidad, RRPP, venta personal, entre otros aspectos a considerar. En ocasiones se confunden dos tácticas: la venta cruzada (**cross-selling**) y venta directa (**up-selling**) siendo un grave error porque son diferentes.

El **cross-selling** es una táctica de venta cuando se ofrecen productos o servicios complementarios o diferentes a lo que se está usando o comprando en ese momento, su propósito es obtener más dinero (ganancias). Ejemplos: cuando se compra algún pantalón o falda, te ofrecen el cinturón; al ir por un café, te ofrecen primero algo para comer aludiendo que tiene que calentarse, así conocerá el cliente más productos. Este proceso se puede hacer también como postventa, en una campaña de Emailing para recordarle al cliente lo que compró, hacerle saber que dicho producto o servicio cuenta con accesorios que pueden ser “necesarios”.

A diferencia del **up-selling**, que es una venta directa donde una persona (vendedor) ofrece el mismo producto, pero a un costo más elevado. Ejemplo: paquetes en comida rápida: chico, mediano, grande, extra, jumbo, etc; con esto simula una mejor experiencia del producto deseado “más grande, mejor”; o el plan de datos de un celular. La táctica requiere de ciertas habilidades de convencimiento por parte del vendedor, ya que necesita “seducir” al cliente.

Estas tácticas pueden ser complementarias, primero el up-selling y después cross-selling, son utilizadas por muchas empresas: cines, telefonía, comida, tiendas departamentales, eCommerce, está no es una táctica exclusiva de este último.

La regla de oro: debes de promocionar productos / servicios que tengan relación entre ellos y con un precio menor al producto adquirido.