“Universidad del Sureste”

Turno matutino.

Acción Promocional

Papel del Vendedor.

Presenta:

Omar Isaí de la Cruz Paredes

Quinto Cuatrimestre ‘U’.

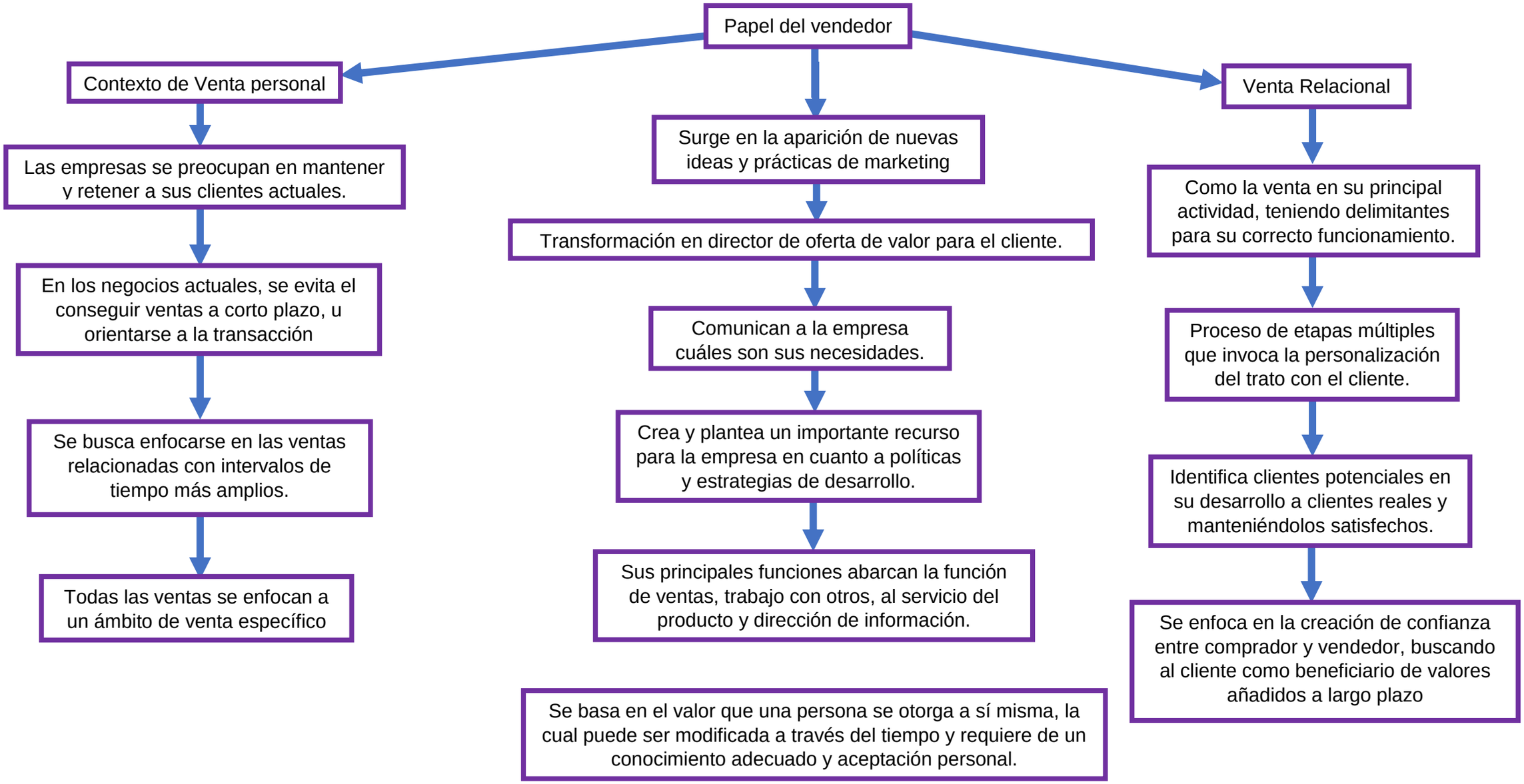
Medicina Veterinaria y Zootecnia.

Catedrático:

ING. Juán Jesús Guzmán

08 de julio de 2020

Tapachula, Chiapas, México.


Papel del vendedor
Contexto de Venta personal
Las empresas se preocupan en mantener y retener a sus clientes actuales.
En los negocios actuales, se evita el conseguir ventas a corto plazo, u orientarse a la transacción
Se busca enfocarse en las ventas relacionadas con intervalos de tiempo más amplios.
Todas las ventas se enfocan a un ámbito de venta específico
Surge en la aparición de nuevas ideas y prácticas de marketing
Transformación en director de oferta de valor para el cliente.
Comunican a la empresa cuáles son sus necesidades.
Crea y plantea un importante recurso para la empresa en cuanto a políticas y estrategias de desarrollo.
Sus principales funciones abarcan la función de ventas, trabajo con otros, al servicio del producto y dirección de información.
Se basa en el valor que una persona se otorga a sí misma, la cual puede ser modificada a través del tiempo y requiere de un conocimiento adecuado y aceptación personal.
Venta Relacional
Como la venta en su principal actividad, teniendo delimitantes para su correcto funcionamiento.
Proceso de etapas múltiples que invoca la personalización del trato con el cliente.
Identifica clientes potenciales en su desarrollo a clientes reales y manteniéndolos satisfechos.
Se enfoca en la creación de confianza entre comprador y vendedor, buscando al cliente como beneficiario de valores añadidos a largo plazo