



# VENTA PERSONAL Y COMUNICACION

ACCION PROMOCIONAL

CATEDRATICO: JUAN JESUS AGUSTIN GUZMAN  
RUBEN RIVAS MARÍN.

---

## VENTA PERSONAL Y COMUNICACION

Según Lamb, Hair y McDaniel, las ventas personales son "la comunicación directa entre un representante de ventas y uno o más compradores potenciales, en un intento de relacionarse unos a otros en una situación de compra"

Kotler y Armstrong, definen las ventas personales como la "presentación personal que realiza la fuerza de ventas de la empresa con el fin de efectuar una venta y cultivar relaciones con los clientes"

En pocas palabras consiste en una herramienta persuasiva donde determinado vendedor brinda cierto producto/servicio a un comprador de forma personal.

Las ventas personales tienen una serie de ventajas, entre las cuales están:

- ❖ Lograr captar la atención total del cliente hacia el producto, gracias a que el vendedor logra de manera personalizada presentarle al consumidor cuales son las ventajas, ofertas, costos, etc., sobre el servicio/producto.
- ❖ Permitir observar las reacciones del consumidor, evaluar los comentarios y medir la aceptación que brinda el cliente hacia el servicio o producto.
- ❖ Es posible se dé el caso en el que el consumidor en un comienzo no acepte por completo el producto, sin embargo el vendedor, acorde a su pericia e influencia, puede terminar concretando la venta escuchando los comentarios del cliente y negociación de algunos términos.
- ❖ Permitir obtener una mejor clasificación de los clientes a los cuales el vendedor pretende llegar.
- ❖ También el dar paso a la realización individual de la exposición que el vendedor mostrara al cliente, es decir, dependiendo de los gustos, trabajo o preferencias del cliente, el vendedor elaborará una estrategia de ventas distinta.
- ❖ El vendedor puede efectuar una demostración del producto/servicio al consumidor, permitiéndole a este conocer mejor las características, atributos y beneficios por sobre la competencia.

Mercadotecnia y Comunicación: La mercadotecnia no es solamente el desarrollo de un buen producto, su precio y ponerlo a la venta.

## Venta Personal

Es la presentación personal que hace la fuerza de ventas de la empresa con el propósito de hacer ventas y de desarrollar relaciones con los clientes Mediante:

– Presentaciones de ventas, ferias comerciales, programas de incentivos a empleados

## Promoción de Ventas

Son los incentivos a corto plazo para fomentar la compra o la venta de un producto o servicio.

La comunicación en la manera por la cual la empresa transmite la información de sus productos y su imagen misma a los clientes.

Permite a la empresa conocer las necesidades de los clientes y la reacción que éstos tienen con su producto.

A través del proceso de comunicación y éste es a su vez es el que nos dice:

- Quién está comunicando
- Qué es lo que está diciendo
- Qué canal está utilizando
- A quién está dirigido

Situaciones en las Que Se Sugiere la Utilización de las Ventas Personales:

Las ventas personales son especialmente útiles en los siguientes casos:

- ❖ Cuando el producto o servicio es complejo o nuevo, por tanto, los clientes requieren de una explicación detallada o de una demostración.
- ❖ Cuando el precio del producto o servicio justifica el costo que implica mantener una fuerza de ventas (comisiones, incentivos, sueldos, viáticos, transporte, etc.).
- ❖ Cuando el número de clientes actuales y potenciales "calificados" es razonable como para ser atendido de manera personal por una fuerza de ventas.

- ❖ Cuando la venta del producto o servicio requiere que el cliente llene un formulario de pedido o que firme un contrato de compra.
- Del libro: Marketing, Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores S.A., 2002, Págs. 543 y 544.
- Del libro: Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Kotler Philip y Armstrong Gary, Prentice Hall, 2003, Pág. 470.