



ALUMNA: DEYSI MONTERO CHABLE

MATERIA: MÉTODOS Y TÉCNICAS DE VENTAS

ACTIVIDAD: UN MAPA CONCEPTUAL

LIC.: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DOCENTE: HERMILO RÍOS BAUTISTA

INTRODUCCION

La fuerza de ventas de una empresa de un departamento de ventas, son los recursos tanto humanos como materiales con los que cuenta una empresa para desarrollar dicha labor comercial. Los recursos humanos son los equipos de ventas en sí mismos, es decir, los vendedores y los directivos o jefes de área. En cuanto a los recursos materiales, pueden incluirse desde la sede física de la empresa, los equipos de comunicación e incluso la inversión adicional en desplazamientos, formación, investigación. En el cual la fuerza de ventas son todos aquellos elementos que intervienen de una u otra manera en las actividades de comercio y negociación en nombre de un producto o marca. La fuerza de ventas actúa como intermediario entre una empresa y sus grupos de clientes, tanto de los reales como los potenciales. También tiene funciones como es la venta que le corresponde asumir el proceso de venta en sí mismo, el cual está dotado de unas fases específicas y debe responder a las estrategias que cada empresa haya trazado en su plan de ventas. El diseño de las estrategias de venta representada por el director o jefe de área, debe elaborar las estrategias de venta que aplicaran sus equipos de vendedores. Capacitación de vendedores requiere de preparación y formación específica, con el fin de potenciar al máximo las habilidades necesarias. Mas allá del talento natural de algunas personas para vender productos, es preciso invertir recursos en programas formativos que potencien la actividad negociadora de los vendedores. Las metas que se les asignan a los vendedores se denominan cuotas o comisiones y los gerentes de ventas siempre las planificarán de tal forma que vayan estimulando al vendedor a alcanzarlas.

FUERZA DE VENTAS

Son los elementos que intervienen en las actividades de comercio y negociación.

Vendedor

Es un experto en la gestión comercial de su empresa

Sus características son:

- 1.- capacidad de relacionarse
- 2.- tolerancia a la frustración
3. perseverancia
- 4.- tenacidad

- 5.- puntualidad
6. autoconfianza
- 7.- observador
- 8.- negociador
- 9.- paciente

Capacitación

Preparación y formación específica

Para potenciar al máximo las habilidades necesarias

Mantiene actualizados en cuanto a técnicas

Cuotas en incentivos

Representa un porcentaje del precio de venta de un producto o servicio

Deben ser razonables y congruentes con las tendencias del producto en el mercado

Ofrece incentivos a los vendedores y evaluar el desempeño de los vendedores.

CONCLUSIÓN

Por lo tanto el tema trata que las fuerzas de ventas son el intermediario entre la actividad de una empresa de su comercio ya sea de un producto o marca. En el cual se encarga de presentarlos y resolver todas las dudas que puedan surgir del proceso de venta. Se encarga de recolectar toda la información relacionada con las necesidades de sus clientes directos o indirectos, sus expectativas, preocupaciones, hábitos de consumo, dudas y hasta recomendaciones. Sus funciones son los vendedores, capacitación y cuotas en incentivos.