

# UDS

## ensayo

La venta personal

Lic. Brian Eduardo Castro Aviles

---

# Introducción

En este trabajo hablaremos sobre la venta personal, como se realizan, su relación con los clientes, de como debe de ser un buen vendedor, sus temperamentos, y como sus debilidades influyen en su desempeño, de igual forma que es una transaccional entre otros puntos de un buen vendedor exitoso llevara a su empresa al éxito.

## Comunicación interpersonal

Esta forma de vender es directa y personal donde se puede interactuar con uno o dos compradores teniendo una comunicación oral directa y eso permite transmitir lo que se quiere informar al cliente sobre las características de un producto o servicio, convencerlo un vinculo entre vendedor y comprador en la venta personal. Anteriormente la venta personal tenia un significativo poderoso y mas cuando en el mercado existe competencia. Hoy se redefine las ventas comerciales por catalogo – correo, por internet, expendedores automáticos por su menor costo y abarca un mercado mayor de compradores.

En la venta personal se produce una comunicación tan cercana al cliente que su ventaja es que en el momento tiene una respuesta, si el vendedor es hábil y tiene una buena estrategia de venta.

## Relación comunicativa en la venta personal

Una buena comunicación es importante para el éxito de las ventas, transmitirle al comprador tu propuesta de valor tu precio, las características de tu producto, sus bondades etc.

La utilización de un lenguaje apropiado para cada persona o sector al que se le desea vender hará una buena venta de igual forma se puede utilizar las distintas estrategias un mensaje de marketing podría ser una buena opción pero deberá ser acorde a cada cliente ya que la comunicación es la parte fundamental para que existan las ventas todo vendedor lo primero que debe de dominar es la comunicación, que puede ser formal o informal, planeada o accidental una comunicación deficiente bien no puede comunicar claramente por sus malas estrategias, falta de claridad hacia un producto etc.

## El análisis temperamental

Para captar clientes o buenos compradores existen tipos de vendedores de acuerdo a su temperamento frecuentemente a la hora de vender.

El colérico: su temperamento ardiente, ágil activo, practico y de voluntad fuerte, autosuficiente, independiente, decidido lleno de opciones, toma decisiones por su cuenta, y tiene ideas, planes, metas y mucha ambición su debilidad son el enojo y la hostilidad y se pueden valer de sus estallidos de enojo para salirse con la suya.

## El melancólico

Es analítico, talentoso, perfeccionista, abnegado, muy sensible , melancólico puede ser introvertido ya que su cambio de animo en un momento puede sentirse lo máximo y en otro triste y deprimido y por ende sumiso y puede pasar desapercibido su debilidad por ser melancólico es de temperamento variable puede ser una

persona negativa, pesimista, critica su cualidad ser perfeccionista y escrupuloso es idealista y es por eso que tiende a ser impráctico y se tiene que someter sus proyectos a prueba.

## Flemático

Es un carácter que manifiesta paciencia y tranquilidad de razonamiento, que no siente la influencia del tiempo o las miradas de cuestionamiento sobre sus hombros, porque es determinante con respecto a sus convicciones y elecciones.

### Ventajas de ser flemático y algún inconveniente

Al no tomarse las cosas muy a pecho, el flemático suele llevar una vida relajada y sin sobresaltos. Con su actitud serena evita reacciones impulsivas y coléricas. Debido a su tendencia natural a la reflexión, es muy difícil que tome decisiones de manera precipitada o que pierda el control de sí mismo.

Como consecuencia de su temperamento apacible tiene una cierta facilidad para hacer amigos y para las relaciones sociales. Es difícil que cometa grandes errores, ya que adopta un papel de espectador que observa todo lo que ocurre a su alrededor pero sin llegar a comprometerse.

A pesar de su tendencia al equilibrio y a la serenidad, el flemático tiene dificultades para disfrutar de las emociones de manera intensa. Por otro lado, su flema se traduce normalmente en falta de ambición.

## características del marketing transaccional

Las principales características del marketing transaccional son:

- Su meta es que el cliente capte las bondades de un producto o servicio, despierte su interés y termine adquiriéndolo.
- No trata de fidelizar al consumidor. No repara en exceso en la atención al cliente. Su fin primordial es la venta directa.
- Prima la transacción económica. Es el objetivo prioritario.
- Busca el impacto inmediato, no la permanencia. Sorprender es la opción más buscada.
- Ventajas y desventajas del marketing transaccional
- Entre las ventajas del marketing transaccional podemos destacar:

Se focaliza en el producto, en optimizar su calidad y aumentar de forma constante el número de transacciones. El producto es lo importante en este caso, no tanto la experiencia de usuario.

Permite la consecución de ventas a muy corto plazo. Es uno de sus mayores logros.

Proporciona al consumidor motivos de impulso que permitan que se repitan las compras con más frecuencia. La compra compulsiva toma aquí mayor protagonismo.

Claro que, no es oro todo lo que reluce. A continuación nombramos algunas desventajas:

1. Plantea conflicto entre competidores.
2. La experiencia de usuario no es su prioridad.
3. El cliente ejerce un rol pasivo.
4. No se establece una comunicación bidireccional.
5. No garantiza una estabilidad a largo plazo.
6. Falta de una base de datos de clientes confiables.

El marketing transaccional se presenta como un tipo de acción comercial desarrollada a partir de campañas de respuesta directa que priorizan y enfatizan las transacciones de ventas. La empresa habla y el cliente escucha, los productos y mensajes publicitarios son masivos y poco diferenciados. Su trato al cliente como un ser anónimo y estático va perdiendo adeptos.