

Ensayo

- **Materia:** Acción promocional
- **Docente:** Mvz. Gumeta Moreno Sarain
- **Licenciatura:** Medicina Veterinaria y Zootecnia
- **Cuatrimestre:** 6to.
- **Nombre del alumno:** Avendaño Gómez Luciana

03/07/2020

La venta personal como herramienta de la estrategia de comunicación

Introducción:

La venta personal es uno de los elementos del mix promocional y reúne una serie de características que la diferencian frente a las otras formas de comunicación. Representa una comunicación interpersonal en dos sentidos. Se hablara también del papel del vendedor, relaciones en el contexto de la venta personal, la venta relacional.

La venta personal ha sido considerada como un área de estudio de segundo nivel, y es que, de una manera incorrecta, se ha pensado que existen otros campos más relevantes. La venta personal una herramienta de la estrategia de comunicación, cuyas acciones y actividades deben estar planificadas, organizadas y controladas.

Venta Personal y Comunicación.

La venta personal se enmarca dentro de la estrategia de marketing mix, siendo una de las variables de comunicación junto a la publicidad, la promoción de ventas, el patrimonio, las relaciones públicas y el marketing directo. Es una herramienta de comunicación individual y personalizada que permite una intensa interacción entre vendedor y cliente. Supone una relación directa, inmediata e interactiva entre dos o más personas, permitiendo la aparición de todo tipo de relaciones y proporcionando una respuesta directa por parte del cliente; una de las ventajas es que puede comprobar si el cliente ha comprendido lo que deseaba transmitir.

El papel del vendedor.

El papel del vendedor está cambiando como consecuencia de la aparición de nuevas ideas y prácticas de marketing, algunos aspectos que tiene son:

Se transforma en el director de la oferta de valor para el cliente, con la responsabilidad de determinar cuáles son los componentes de ese valor total para cada cliente, se convierte en un defensor del cliente, importante recurso de la empresa, en sus políticas y estrategias para el desarrollo de productos.

Relaciones en el contexto de la venta personal.

Se defienden enfoques de ventas orientados a la relación dentro de un ámbito temporal más amplio. Desde la década de los noventa, se adoptan enfoques relacionales en el ámbito de la venta.

La venta Relacional.

Es un proceso multietapa que enfatiza la personalización y la empatía como ingredientes clave en la identificación de clientes potenciales, desarrollándolos como clientes reales, y manteniéndolos satisfechos.

Como consecuencia de la asunción de la orientación al marketing de relaciones por parte de la compañía, surge el concepto de venta de relaciones en una de sus actividades de valor.

Habilidades en la venta.

El enfoque actual de ventas conlleva el desarrollo de una serie de actividades. Vendedor como director posean ciertas habilidades.

Habilidad Personal de venta:

De comunicación:

Facilita el establecimiento y el desarrollo de las relaciones sociales. Es más, en todo proceso de ventas, el vendedor se comunica con los clientes tanto a través de signos verbales, como mediante un conjunto de símbolos no verbales, tales como expresiones, gestos, posturas, imagen personal, etc.

Comunicación no verbal:

Se compone de las actitudes y mensajes que no se expresan con palabras, pero que pueden entenderse a través de la forma de hablar, mirar, gestos, posturas, y nos dan idea del pensamiento o reacción de las personas.

De comunicación:

El vendedor también debe desarrollar habilidades de conocimiento. Éstas le habrán de permitir un mayor y mejor conocimiento de su empresa, del producto que comercializa, de su clientela y de la competencia.

Conocimiento del producto, de la empresa, de la competencia, clientes.

Conclusión:

El conocimiento de los clientes deberá permitir al vendedor detectar los deseos y las necesidades que tienen y establecer los beneficios que esperan. La comunicación verbal y no verbal son de gran importancia para poder persuadir al cliente.

Bibliografía: antología acción promocional