


# TITULO

## ENSAYO

- 
- Materia: Acción promocional
  - Docente: Sarain Gumeta Moreno
  - Licenciatura: Medicina veterinaria y zootecnia
  - Cuatrimestre: 6to
  - Nombre del alumno: Eunice Michell  
Domínguez Castañeda

## **INTRODUCCIÓN**

En este ensayo hablaremos de las generalidades en el proceso de ventas la cual las ventas han sido consideradas como un area de estudio de segundo nivel ya que se ha pensado que existen diferentes maneras en las cuales se pueden ofrecer nuevos productos, así que cualquier empresa requiere de la venta personal, representando a aquel vendedor que va por puerta intentando colocar su producto cada vez que nosotros vamos o entramos en algún establecimiento. La venta personal representa algo más. Debe entenderse como una herramienta de la estrategia de comunicación, cuyas acciones y actividades deben estar planificadas, organizadas y controladas.

## **DESARROLLO**

La venta personal representa una de las herramientas para la comunicación de marketing de la empresa. En este primer apartado, centrado en este aspecto, se definirá tanto el concepto de venta personal como las funciones que desempeñan los vendedores y los directores de ventas. 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. Así, si tanto la publicidad como las promociones de venta se dirigen a audiencias masivas a través de una comunicación impersonal y no directa, la venta personal es una herramienta de comunicación individual y personalizada, que permite una intensa interacción entre vendedor y cliente, la venta personal es una herramienta de comunicación que permite adaptar el mensaje a las características específicas del cliente y de la situación de ventas; y ello como consecuencia del trato directo y personal con el cliente.

El papel del vendedor está combinado como consecuencia de la aparición de nuevas ideas y prácticas de marketing, de los cuales se desglosan diferentes aspectos que 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, que comunica a la empresa cuáles son sus necesidades.
- Se convierte en un importante recurso de la empresa, en sus políticas y estrategias para el desarrollo de productos.

De forma más específica, se define la venta de relaciones como un proceso multi etapa que enfatiza la personalización y la empatía como ingredientes clave en la identificación de clientes potenciales, desarrollándolos como clientes reales, y manteniéndolos satisfechos. La venta de relaciones se centra, por tanto, en la creación de una confianza mutua entre comprador y vendedor a fin de ofrecer al primero beneficios anticipados, a largo plazo y de valor añadido.

La venta de las relaciones se basa en que el vendedor tiene el enfoque de poder llevar una serie de actividades, de las cuales para realizar estas actividades es necesario que tanto vendedor como director posean ciertas habilidades, como la habilidad personal de venta; para que el vendedor lleve a cabo las labores que tiene asignadas, se requiere que posea ciertas habilidades de comunicación y de conocimiento, las habilidades de comunicación facilita el establecimiento y el desarrollo de las relaciones sociales, estas son las habilidades que debe de tener cualquier vendedor o director.

## **CONCLUSIÓN**

Gracias a este ensayo se pudo comprender que la tarea principal en las ventas son las estrategias y habilidades del personal frente a mostrado, ya que en ello se puede expresar de mejor manera y puede llevar acabo su trabajo dandole mejor campo laboral y poder dar a conocer un producto de la mejor manera, dandoles a conocer mejor las principales características de lo que se esta ofreciendo en el mercado, cada una de las acciones deben de estar planificadas y organizadas de la mejor manera, para que todas estas funciones puedes trabajar en conjunto.

## **BIBLIOGRAFIAS**

- Antologia accion promocional
- <https://www.gonduana.com/proceso-de-ventas/#:~:text=%20El%20proceso%20de%20ventas%20%28introducci%C3%B3n%29%20%201,siempre%20que%20alg%C3%BAn%20nieto%20no%20se...%20More%20>