

ENSAYO



MATERIA: ACCION PROMOCIONAL

DOCENTE: MVZ. GUMETA MORENO SARAIN

LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA

CUATRIMESTRE: 6° CUATRIMESTRE

NOMBRE DEL ALUMNO: GUILLERMO JAFET
CABALLERO HERNANDEZ

Las técnicas de venta que utilizaban estos vendedores incluían:

Describir en términos muy exagerados las ventajas de sus productos.

Utilizar un lenguaje muy elaborado repleto de términos pseudocientíficos. Este discurso resultaba muy convincente.

Presentaciones en público de sus productos que congregaban un gran gentío a su alrededor.

Utilizaban cómplices, llamados «ganchos», para convencer a los posibles clientes de la bondad del producto, es decir, que tenían colaboradores entre el público que pretendían ser antiguos clientes que habían utilizado el producto anteriormente y que habían quedado muy satisfechos con los resultados.

Antes de que se descubriera su engaño, el vendedor y su cómplice abandonaban la ciudad y se trasladaban a otra donde no todavía no eran conocidos. Debido al uso de tácticas engañosas estaba fuera de cuestión volver de nuevo a una ciudad visitada anteriormente.

Este tipo de trucos dio muy mala reputación a la profesión de vendedor, que pasó a ser sinónimo de charlatán. Desde entonces los vendedores siempre han sido vistos por la población en general con cierto grado de escepticismo y muchos les toman por mentirosos y dados a la exageración, personas que no se preocupan por sus clientes sino tan sólo por ganar d

En cualquier caso, las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa.

Para algunos, la venta es una especie de arte basada en la persuasión. Para otros es más una ciencia, basada en un enfoque metodológico, en el cual se siguen una

serie de pasos hasta lograr que el cliente potencial se convenza de que el producto o servicio que se le ofrece le llevará a lograr sus objetivos en una forma económica. En conclusión, las ventas consisten en la ciencia de interpretar características del producto o servicio, en términos de satisfacción del consumidor, para actuar con la utilización de técnicas y procedimientos adecuados, convirtiendo las ventajas de los productos o servicios en beneficios para los clientes. Para que una persona realice con efectividad funciones de venta, se deben considerar una serie de atributos básicos, con los que se integra "perfil" inicial del vendedor, no obstante, es preciso señalar que cada organización debe preparar el perfil de su vendedor con base en sus necesidades.

Las características de su personalidad determinan su aptitud para alcanzar el éxito en ventas y en cualquier actividad que requiera de relaciones humanas. La personalidad de un vendedor de éxito, es la suma total de cualidades y características distintivas. El aspecto físico –presentación-, el carácter, los conocimientos, la habilidad mental, las actitudes y forma de ser forman parte de esa personalidad.

Cada ser humano es único e irreplicable, por lo que no podemos definir al detalle los elementos que conforman la personalidad del vendedor de éxito. La forma en que los responsables de las ventas empleen y proyecten su personalidad, va a definir los resultados que alcancen en esta profesión. El perfil de una persona está determinado por muchos de los elementos que conforman su personalidad.