



**Nombre de alumno: Jorge Humberto  
Hernández Sáenz**

**Nombre del profesor: Saraín Gumeta**

**Nombre del trabajo: Ensayo**

**Materia: Acción Promocional**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 6to cuatrimestre**

**Grupo: “B” Medicina Veterinaria  
y Zootecnia**

Comitán de Domínguez Chiapas a 03 de julio de 2020.

## INTRODUCCION

El trabajo consiste de un ensayo de los siguientes temas que se mencionan, **LAS GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA, LA VENTA PERSONAL COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, LA VENTA PERSONAL Y EL PAPEL DEL VENDEDOR, RELACIONES EN EL CONTEXTO DE LA VENTA PERSONAL, LA VENTA RELACIONAL, HABILIDAD EN LA VENTA, HABILIDADES PERSONALES DE VENTA.**

## **GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA.**

Debe entenderse como una herramienta de la estrategia de comunicación, cuyas acciones y actividades deben estar planificadas, organizadas y controladas. Y es precisamente la dirección de ventas la responsable de estas funciones directivas.

## **LA VENTA PERSONAL COMO HERRAMIENTA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.**

la venta personal representa una de las herramientas para la comunicación de marketing de la empresa.

se definirá tanto el concepto de venta personal como las funciones que desempeñan los vendedores y los directores de ventas.

## **VENTA PERSONAL Y COMUNICACIÓN.**

Es una 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.

la venta personal es una herramienta de comunicación individual y personalizada, que permite una intensa interacción entre vendedor y cliente.

## **EL PAPEL DEL VENDEDOR.**

el papel del vendedor está cambiando como consecuencia de la aparición de nuevas ideas y prácticas de marketing, y este nuevo papel incluye determinados aspectos específicos.

## **RELACIONES EN EL CONTEXTO DE LA VENTA PERSONAL.**

De un tiempo a esta parte, se observa una creciente preocupación de las empresas por mantener y retener a sus clientes actuales. Atrás quedó el interés por conseguir ventas en el corto plazo o, lo que es lo mismo, en responder a una orientación a la transacción. Actualmente, se defienden enfoques de ventas orientados a la relación dentro de un ámbito temporal más amplio. Así, desde la década de los noventa, se adoptan enfoques relacionales en el ámbito de la venta.

## **LA VENTA RELACIONAL.**

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, la venta.

## **HABILIDADES EN LA VENTA.**

Llegados a este punto, se es consciente de las implicaciones que tiene el trabajo del vendedor y del director de ventas. Así, el concepto y el enfoque actual de ventas conllevan el desarrollo de una serie de actividades. En la mayoría de los casos, para la realización de estas actividades es necesario que tanto vendedor como director posean ciertas habilidades.

## **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 que se comentan a continuación.

## CONCLUSIÓN

Junto a otras variables de comunicación como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas y el marketing directo, la gran mayoría de las empresas deben recurrir al uso de esta variable de comunicación.