



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 10 de junio de 2020.

INTRODUCCION

el ensayo trata sobre los siguientes temas: de habilidades de comunicación, comunicación no verbal, habilidades de conocimiento.

ENSAYO

HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

La 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.

El vendedor deberá desarrollar su comunicación de forma adecuada, sirviéndose tanto de habilidades para la comunicación verbal como de signos no verbales. No en vano se afirma que el 80% de la comunicación interpersonal es de naturaleza no verbal.

Asimismo, el vendedor debe conocer el estilo de comunicación del cliente, de la persona a la que se dirige, con el fin de evitar que se produzcan sesgos de comunicación.

Continuum de predominio: Eso es, la tendencia a mandar, controlar o hacer prevalecer las opiniones individuales sobre las de otras personas.

continuum de sociabilidad: Esto es, la cantidad de control que las personas ejercen sobre sus expresiones emocionales. Las personas con mucha sociabilidad tienden a expresar sus sentimientos con libertad, mientras que las que muestran una baja sociabilidad tienden a controlar sus sentimientos.

COMUNICACIÓN NO VERBAL

La 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.

La postura: Es el elemento más fácil de observar y de interpretar. Podemos concluir si está cómodo con nuestra presencia (postura natural no forzada) o por el contrario está a la defensiva (piernas o brazos cruzados).

La expresión: La cara suele reflejar el estado anímico de las personas (inquietud, temor, confianza, alegría, etc.). Hay dos elementos a tener muy en cuenta: La mirada, mirar a los ojos a la hora de hablar y de escuchar. La sonrisa, a la hora de visitar a un cliente, hay que comenzar y terminar la visita con una sonrisa.

El contacto: El apretón de manos debe ser firme, pero no agresivo para no transmitir intención de dominio o afán de sometimiento. El contacto físico se puede utilizar para llamar la atención en un momento dado.

Los gestos: La gesticulación es uno de los elementos más característicos de cada persona. Hay una serie de gestos de un cliente que pueden tener una interpretación muy clara:

- ✓ Los dedos en la boca pueden interpretarse como que se siente presionado.
- ✓ La mano en la barbilla denota que la persona está evaluando, intentando decidir. Si además extiende el índice hacia la mejilla puede que tenga alguna reserva negativa.
- ✓ Es posible que cuando una persona se tape la boca con la mano, o algunos dedos, esté meditando, con lo que hay que estar muy alerta.
- ✓ Mucha atención a cualquier síntoma/gesto de aburrimiento: bostezo, mirada distraída, etc.

Los gestos del vendedor: El manejo del bolígrafo atrae la atención del cliente hacia donde le interesa. Un golpe en la mesa permite captar la atención y “despertar” al cliente pasivo.

HABILIDAD DE CONOCIMIENTO

Para realizar de manera más efectiva su trabajo, 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. El conocimiento que el vendedor tenga del producto deberá satisfacer y rebasar las expectativas del cliente.

- ✓ Desarrollo y aplicaciones del producto
- ✓ Procesos de mejora de la calidad
- ✓ Selección del producto más acorde a las necesidades del cliente
- ✓ Datos y especificaciones para su uso
- ✓ Mantenimiento y cuidado
- ✓ Precio y entrega

Conocimiento de la empresa. El personal de ventas es, con frecuencia, el punto de contacto más cercano de la empresa con el cliente. Por ello, el vendedor debe estar bien informado sobre la empresa.

Conocimiento de la competencia. El vendedor debe conocer a sus competidores, los productos que ofrecen y los resultados que proporcionan. Cuanto más conocimiento tenga de los aspectos contemplados para la empresa en relación con la competencia, en mejor situación se encontrará para diferenciar su oferta.

Conocimiento de los clientes. El conocimiento de los clientes deberá permitir al vendedor detectar los deseos y las necesidades que tienen y establecer los beneficios que esperan obtener mediante el consumo de los productos.

CONCLUSION

Asimismo, el vendedor debe conocer el estilo de comunicación del cliente, de la persona a la que se dirige, con el fin de evitar que se produzcan sesgos de comunicación.