



ALUMNO: NESTOR ADIN LÓPEZ GORDILLO

MATERIA: MÉTODOS Y TÉCNICAS DE VENTAS

ACTIVIDAD: SÚPER NOTA

CUATRIMESTRE: 6º

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DOCENTE: IRECTA NÁJERA ALDO

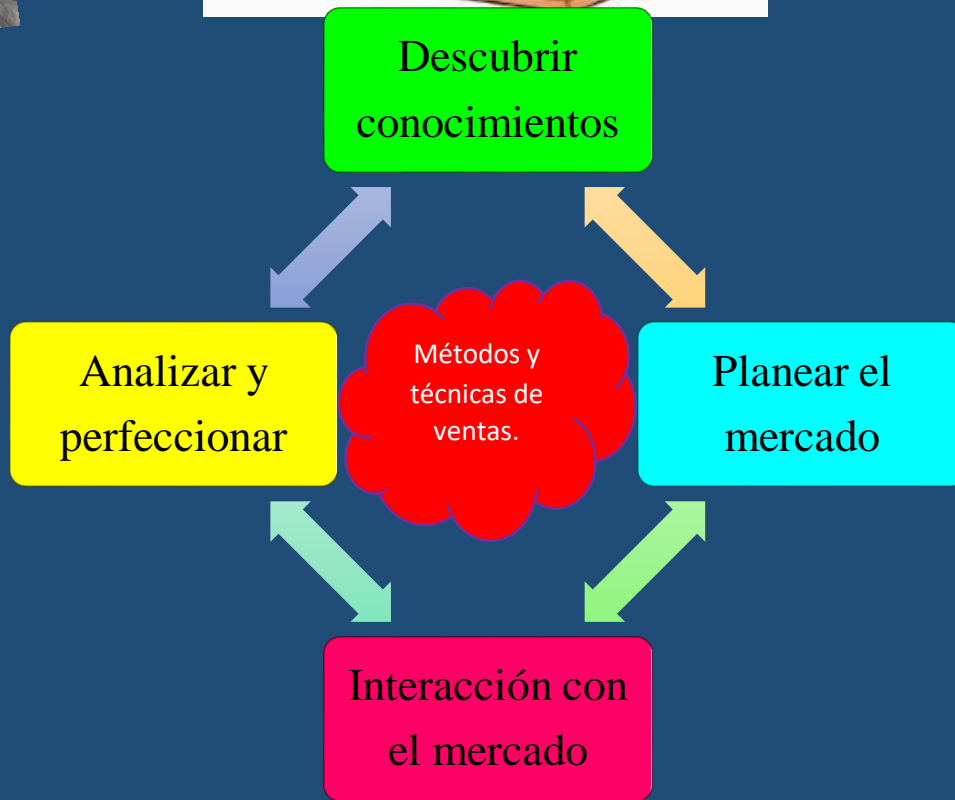
FECHA DE ENTREGA: 11/07/2020



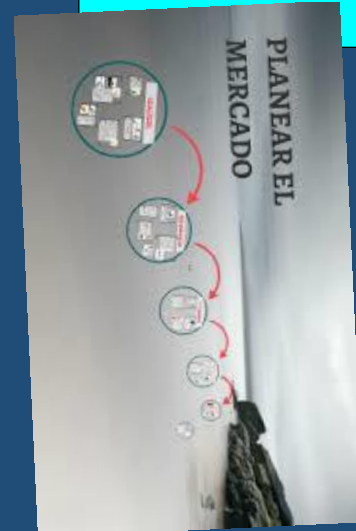
Permite obtener y analizar información sobre el cliente en diferentes puntos de contacto como: llamadas telefónicas, redes sociales, archivos del centro de atención telefónica, puntos de venta, etcétera.



En esta última etapa se da el aprendizaje suscitado por la respuesta del cliente ante los productos o servicios que se le ofrecieron; de ser necesario, se replantearán los planes y estrategias con el fin de maximizar el rendimiento de la inversión del cliente.



En este punto se desarrollan los planes y estrategias de mercadotecnia con fase a lo recabado en la fase anterior, es decir, permite diseñar los medios para atraer al cliente.



Es en esta fase en donde se aplican los planes y estrategias a través de la fuerza de ventas. El contacto puede ser vía telefónica, personal o por internet. Análisis y perfeccionamiento Descubrir conocimientos Planear el mercado Interacción con el cliente.