



UNIVERSIDAD DEL SURESTE (UDS)

Materia:

ACCION PROMOCIONAL

Trabajo:

Ensayo

Carrera:

Licenciatura En Administración de Empresas

6to Cuatrimestre

Modulo: 1

Alumno:

Guillermo Antonio Jimenez Moreno

Lic.:

Pérez Guillen Karina Maricruz

05/06/2020

Generalidades del proceso de venta.

En este ensayo vamos a mencionar y analizar muchos de los aspectos importantes sobre las generalidades del procesos de venta, entre ellas tenemos la venta personal como estrategia de comunicación, además hablaremos sobre el papel del vendedor, la habilidad de venta y relaciones en el contexto de la venta personal así como también mencionaremos la importancia de cada uno de los temas mencionados, para lograr profundizar y dejar en claro cada uno de sus aspectos.

Para continuar seguimos los temas, en el caso de la venta personal la podemos entender como una herramienta de la estrategia de comunicación, cuyas acciones y actividades deben estar planificadas, organizadas y controladas.

Así como ya sabemos la venta personal representa una de las herramientas para la comunicación de marketing de la empresa, y es de suma importancia ya que a través de ella podemos llegar a ser reconocidos. Se puede enmarcar dentro de la 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. Esta reúne una serie de características que la diferencian frente a las otras formas de comunicación.

Tenemos la información y sabemos que el vendedor se transforma en el director de la oferta de valor para el cliente, se convierte en un defensor del cliente, que comunica a la empresa cuáles son sus necesidades y también es un importante recurso de la empresa, en sus políticas y estrategias para el desarrollo de productos.

La venta de relaciones se centra en crear 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 relaciones la podemos definir como un proceso multietapa que enfatiza la personalización y la empatía como ingredientes clave en la identificación de clientes potenciales, desarrollándolos como clientes reales, y manteniéndolos satisfechos.

Llegamos a un punto donde el vendedor es quien tiene la responsabilidad, así como también el director de ventas, pues ellos se encargan del trabajo que es literalmente, vender. Un buen vendedor debe tener ciertas habilidades entre ellas destaca una de las más importantes y es la habilidad de comunicación que es fundamental para que el vendedor pueda dominar al comprador y así cumplir su objetivo. El vendedor puede comunicarse de dos formas que sería de manera verbal que es la que todos conocemos y la no verbal que se compone de actitudes, gestos y señas corporales.

Para hacer el trabajo de una manera más rápida y sobre todo efectiva 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. El conocimiento que el vendedor tenga del producto deberá satisfacer y rebasar las expectativas del cliente para que pueda lograr el objetivo de venta.

En conclusión podemos mencionar la gran importancia de tener los conocimientos de un vendedor para un día como administradores poder dominar esa área de trabajo ya que es fundamental en la mayoría de organizaciones. Así como también es de gran importancia conocer todos y cada uno de los temas acá mencionados ya que tienen relación con distintas ramas de la acción promocional.

REFERENCIAS.

Antología Acción Promocional 6to semestre

<https://territoriomarketing.es/ventapersonal/#:~:text=Importancia%20de%20las%20relaciones%20en,plazo%20y%20de%20valor%20a%C3%B1adido.>

