



**Universidad del Sureste UDS**

**Nombre del alumno:** José Artemio Morales Espinosa

**Nombre del docente:** Pérez Guillen Karina Maricruz

**Materia:** Acción Promocional

**Nombre del trabajo:** Ensayo

**Cuatrimestre:** 6

**Carrera:** Administración de empresas

**FECHA/** 6 de junio del 2020

## INDICE

Generalidades del proceso de ventas -----	1
La venta personal y comunicación -----	2
El papel de vendedor-----	3
La venta relacional-----	4
Habilidades de la venta-----	5
Habilidades personales de la venta-----	6
Habilidades de comunicación-----	7
Habilidades de conocimiento-----	8

## **Introducción**

En este presente ensayo tiene como finalidad de analizar, elementos básicos para los distintos temas que se hablaran en este presente ensayo como son, generalidades del proceso de ventas, ventas personales y comunicación, el papel del vendedor, las ventas racionales, habilidades en las ventas, habilidades personales de ventas, habilidades de comunicación, habilidades de conocimiento.

Quiero destacar que los temas son de suma importancia para asegurar el éxito de las empresas, hacer uso de las estrategias y técnicas y herramientas, una de ellas es analizar profundamente cada uno de los temas,.

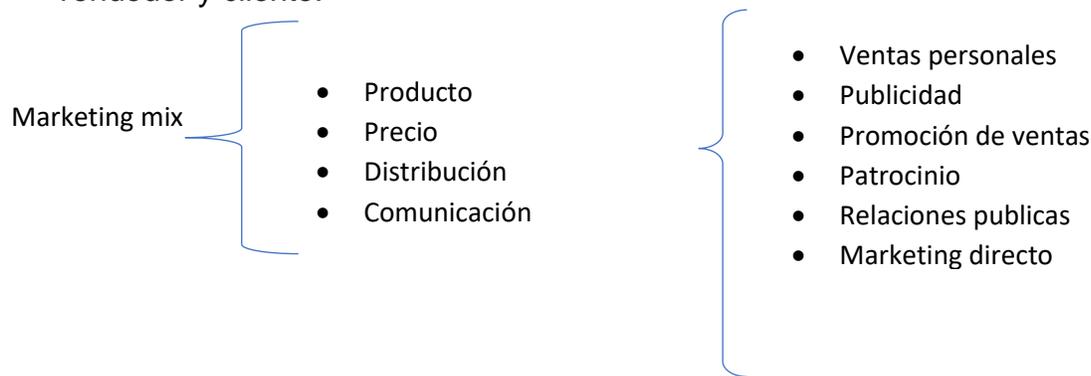
## Generalidades del proceso de ventas

Junto con 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 variables de comunicación, Al abordar este modulo tenemos que abordar la idea de que la venta personal representa aquel vendedor que va en puerta en puerta, intentando colocar sus productos o aquel otro al que nos enfrentarnos cada vez que entramos en un establecimiento.

Las ventas personales representan algo más. Debe entenderse como una herramienta de la estrategia de comunicación, cuya acciones y actividades deben estar planificadas, organizadas y controladas.

## Ventas Personales y Comunicación

La venta personal se marca 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 publicas y el marketing directo. La venta personal es uno de los elementos del mix promocional y reúne una serie de características que la diferencian frente a las otras formas de comunicación. Representa una comunicación interpersonal en dos sentidos, Así, sin tanto la publicidad como las promociones de ventas se dirigen a una audiencia masiva a través de una comunicación impersonal u no directa, la venta personal es una herramienta de comunicación individual y personalizada, que permite una interacción entre vendedor y cliente.



## **EL papel de vendedor**

De un tiempo a esta parte, el papel del vendedor está cambiando como consecuencia de la aparición de nuevas ideas y prácticas de marketing y de este nuevo papel incluye determinados aspectos específicos. Así el vendedor

1. Se transforma en el directo de la oferta de valor para el cliente, con la responsabilidad de terminar cuales son los componentes de ese valor total para cada cliente.
2. Se convierte en un defensor del cliente, que comunica a la empresa cuáles son sus necesidades.
3. Se convierte en un importante recurso de la empresa, en sus políticas y estrategias para el desarrollo de productos.

## **La venta relacionada**

De forma más específica, se define las ventas de relaciones como un proceso multietapa que enfatiza la personalización y empatía como ingredientes claves en la identificación de clientes potenciales, desarrollándolos como clientes reales, y manteniéndolos satisfechos. La venta de relaciones se centra, por tanto, en la relación de una confianza mutua entre comprador y vendedor a fin de ofrecer al primer beneficio anticipados, a largos plazos y de valor añadidos.

## **Habilidades en ventas.**

Se es consciente de las implicaciones que tiene el trabajador 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.

## **Habilidades personales de ventas**

para que el vendedor lleve a cabo las labores que tiene asignadas, se requiere que posea ciertas habilidades de comunicación

### **Habilidades de comunicación**

La comunicación facilita el establecimiento y el desarrollo de las relaciones sociales. Si el vendedor identifica el estilo de comunicación del cliente, y trata de adaptarse a él, podrá evitar la aparición de tensiones, lo que redundará en el desarrollo de un proceso de ventas más beneficiosos para ambas partes.

### **Habilidades de conocimiento**

Para realizar de manera mas efectiva su trabajo, el vendedor también debe desarrollar habilidades de conocimiento. Esta le habrán de permitir un mayor y mejor conocimiento de su empresa, del producto que comercializa, de su cliente y de la competencia.

**Conocimiento del producto:** El conocimiento que el vendedor tenga del producto deberá satisfacer y rebasar las expectativas del cliente

**Conocimiento de la empresa:** El punto de contacto mas cercano de la empresa con el cliente, por ello, el vendedor debe estar bien informado sobre la empresa

**Conocimiento de la competencia:** Cuando mas conocimiento tenga de los aspectos contemplados para la empresa en relación con la competencia, en mejor situación se encontrará para diferencia su oferta.

**Conocimiento de los clientes:** los conocimientos de los clientes deben permitir detectar los deseos y las necesidades que tienen y establecer los beneficios que esperar obtener mediante el consumo de los productos.

## **Conclusión**

Quiero argumentar que las generalidades de proceso de ventas nos proporcionan herramientas básicas para analizar y entender cada uno de los puntos más importantes que conlleva las ventas y las habilidades que podemos desarrollar dentro o fuera las empresas. ya que son de suma importancia, para nuestra vida cotidiana. Ya que Con ello nos muestra que cada día estamos conectados con diversas personas o grupos que nos ayuda alcanzar un objetivo decidido. Y poder entender como como podemos vender nuestros productos.