

UNIVERSIDAD DEL SURESTE



GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA

Enrique Romero Farrera

Acción promocional

Karina Maricruz Perez Guillen

03 de Junio del 2020

Correo electrónico: enrique0760719@hotmail.com

Generalidades del proceso de venta

En el siguiente ensayo conoceremos la importancia que tienen los vendedores en las organizaciones, algunas de las habilidades con las que deben contar en el proceso de la venta, cuales son algunas de las herramientas que sirven de apoyo para concretar la venta así como algunas recomendaciones que debe cuidar al momento de la interacción cliente vendedor.

La venta personal y la comunicación

Al abordar este módulo tenemos que abandonar la idea de que la venta personal representa a aquel vendedor que va puerta por puerta intentando "colocar" sus productos o aquel otro al que nos "enfrentamos" cada vez que entramos en un establecimiento.

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

En este sentido, la venta personal es una herramienta de comunicación que permite adaptar el mensaje a las características específicas del cliente y de la situación de ventas; y ello como consecuencia del trato directo y personal con el cliente.

Los vendedores se ha convertido en un recurso muy importante para la empresas puesto que dentro de sus rol de ventas han generado estrategias que les facilite brindar a su clientes potenciales como aprender a manejar los productos, identificar cómo funcionan, ofrecen información técnica, preparan y ejecutan protocolos de venta.

Habilidades del conocimiento

El vendedor 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, Por lo tanto con el dominio de estas habilidades se le facilita lograr la atención del cliente y por ende concretar su objetivo (ventas).

En el proceso de venta, el vendedor, además de hacer uso de todas sus habilidades y experiencias y poner en práctica la técnica de ventas que cree conveniente, debe contar con algunas herramientas para terminar con éxito el último paso del proceso; estas herramientas son (Fisher, 2011:244).

- Crédito.
- Forma de distribución.

- Descuento que se puede obtener.
- Buen equipo de demostración o muestrarios bien diseñados y estructurados.
- Buen equipo de servicio técnico rápido, seguro y eficiente.
- Apoyo de la empresa para resolver situaciones o problemas especiales.

Entre otros..

Relación vendedor cliente en el proceso de la venta

El tiempo de que dispone un vendedor para visitar a un cliente varía desde 30 minutos que dura una entrevista, hasta el tiempo que dura una comida o una reunión en la casa del mismo; en ese tiempo puede aplicar todos sus conocimientos, habilidades y experiencia a fin de convencerlo y despertar en él la necesidad, si es que no la tiene aún, de comprar el artículo que vende. Para un buen desenvolvimiento del proceso de ventas es necesario que el vendedor observe algunas recomendaciones (Fisher, 2011:245).

- Ser puntual.
- Tener buena presentación.
- Amabilidad y seguridad.
- Hacer sentir al cliente que el objetivo de la visita es ayudarlo a satisfacer una necesidad.
- Demostrar ser una persona respetuosa y con ética.
- Comprobar que conoce los productos que vende la empresa y que representa el mercado que abarca.

Conclusión

Podemos finalizar este ensayo afirmando que el vendedor es y seguirá siendo un recurso muy importante para las organizaciones para alcanzar los objetivos y por ende lograr la rentabilidad de la organización, puesto que en la medida que estos estén capacitados podrán interactuar de una mejor manera con los clientes. Por lo tanto alguna de las características o habilidades que debe tener y explotar es la facilidad de palabra y conocimiento general de la empresa en todos los aspectos ya que las ventas es lo más importante en una empresa, por eso se necesita personal altamente capacitado, que sepa mantener y aumentar clientela, gracias a sus aptitudes, habilidades y conocimientos

Referencias:

Fisher, L. y Espejo J. (2011). Mercadotecnia 4ta Edición. Ciudad de México: Mc Graw Hill.
Editorial Mc Graw Hill

Comitán de Domínguez, Chiapas a 03 de junio del 2020