

UNIDAD III
CUADRO SINOPTICO

ACCIÓN PROMOCIONAL

KARINA MARICRUZ PEREZ

PRESENTA EL ALUMNO:

Glendy Karina Escobar Vázquez

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to. Cuatrimestre Turismo Escolarizado

Comitán de Domínguez, Chiapas

02 de julio del 2020.

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

Venta Personal

Venta personal y comunicación

EL papel del vendedor

El papel del vendedor está cambiando como consecuencia de la aparición de nuevas ideas y prácticas de marketing, y este nuevo papel incluye

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

Se convierte en un importante recurso de la empresa, en sus políticas y estrategias para el desarrollo de productos

Relaciones en el Contexto de la venta personal

Atrás quedó el interés por conseguir ventas en el corto plazo o, lo que es lo mismo, en responder a una orientación a la transacción. Actualmente, se defienden enfoques de ventas orientados a la relación dentro de un ámbito temporal más amplio. Así, desde la década de los noventa, se adoptan enfoques relacionales en el ámbito de la venta.

La venta Relacional

En una de sus actividades de valor, la venta. Así pues, la aparición de un marketing de relaciones ha provocado, a su vez, la de una venta de relaciones.

se define la venta de relaciones como un proceso multietapa que enfatiza la personalización y la empatía como ingredientes clave en la identificación de clientes potenciales

Habilidades en La venta

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

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 de las personas

Habilidad de Conocimiento

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

G
e
n
e
r
a
l
i
d
a
d
e
s

D
e
l

P
r
o
c
e
s
o

d
e
V
e
n
t
a