



PASIÓN POR EDUCAR

Nombre de la alumna: Arely Gerónimo
Díaz

Nombre del profesor: Cp. Osvaldo
Francisco Silvestre Cárdenas

Nombre Del trabajo: Cuadro sinóptico del
tema “La fuerza de ventas”

Materia: Métodos y técnicas de ventas

Grado: 6to cuatrimestre

Grupo: Administración de empresas
semiescolarizado “D”

Frontera Comalapa, Chiapas a 26 de julio del 2020

LA FUERZA DE VENTAS

➤ EL VENDEDOR

- Concepto de vendedor

Es un experto en la gestión comercial de la empresa y es quien realiza la acción de vender y acerca al cliente los productos o servicios que la empresa ofrece.

- Sus Características

- Capacidad de relacionarse.
- Tolerancia a la frustración.
- Perseverancia.
- Tenacidad.
- Puntualidad.
- Autoconfianza.
- Excelente imagen.
- Observador.
- Negociador.
- Paciente.

➤ CARACTERISTICAS PERSONALES Y APTITUDES PARA LAS VENTAS

- Características personales

- Sexo.
- Edad.
- Escolaridad.
- Estado civil.

- Aptitudes para las ventas

- Tolerancia a la frustración.
- Honestidad.
- Observador.
- Logro de objetivos.
- Gusto por las ventas.

➤ TIPOS DE VENEDORES

- Según su función

- a) Captadores:** son los que buscan nuevos clientes.
- b) Promotores de ventas:** promueven el producto o servicio generando un acercamiento entre cliente-empresa.
- c) Técnicos de ventas:** proporcionan información al cliente sobre las características físicas del producto.
- d) Tomadores externos de pedidos:** visitan a los clientes (que por lo regular son minoristas en este caso) y levantan pedidos para su posterior abastecimiento.
- e) Tomadores de pedidos internos:** reciben el pedido recabado por el tomador externo y lo procesan dentro de la empresa.
- f) Repartidores:** entregan el pedido.
- g) Reponedores:** colocan productos en los puntos de venta.

- Según su grado de vinculación a la empresa

- a) Vendedores de base:** son parte de la nómina de la empresa.
- b) Agentes comerciales:** son vendedores independientes pero actúan en representación de la empresa.
- c) Comisionistas:** no tienen ningún tipo de vínculo directo con la empresa y se relacionan con esta por medio de un contrato de comisión.
- d) Representantes comerciales:** estos vendedores se relacionan con la empresa con una relación jurídica mercantil de representación.

- Según la amplitud del territorio en la que operan

- a) Viajantes:** son representantes de la empresa en un territorio amplio pero no tienen oficinas fijas.
- b) Representantes de zona:** tienen una zona limitada para vender.
- c) Corredores de plaza:** son vendedores que realizan sus funciones en una sola ciudad.

➤ CAPACITACION DE LA FUERZA VENTAS

- métodos de capacitación de ventas

- a) Capacitación para el puesto:** en ella está implícita el curso de inducción a la empresa y se le da un panorama general al vendedor del producto o servicio que ofrecerá y las técnicas más adecuadas para venderlos.
- b) Instrucción individual:** se capacita a un solo vendedor en puntos muy específicos que han sido detectados.
- c) Clases en instalaciones:** se imparte la capacitación al vendedor en el mismo lugar donde se efectuará el proceso de venta.
- d) Seminarios externos:** en este caso se contrata a un proveedor de capacitación externo y un grupo de vendedores previamente seleccionados, asisten a cursos fuera de las instalaciones impartidos por instructores que no trabajan para la empresa.

- Medición de costos y beneficios de la capacitación de ventas

- Menor rotación de personal.
- Aumento de la cartera de clientes y por ende, de las ventas.
- Mejor estado de ánimo entre los vendedores.
- Vendedores más convencidos e informados sobre el producto o servicio.

➤ CUOTAS E INCENTIVOS PARA EL VENDEDOR

- Concepto de cuotas

Las metas que se les asignan a los vendedores se denominan cuotas y los gerentes de ventas siempre las planificarán de tal forma que vayan estimulando al vendedor a alcanzarlas.

- Propósitos de las cuotas

1. Ofrecer incentivos a los vendedores.
2. Evaluar el desempeño de los vendedores.

- Una cuota correcta deberá ser

- Razonable.
- Clara y entendible para los vendedores.
- Oportuna.
- Viable.

- incentivos adicionales

- Un viaje al vendedor que duplique sus metas en un año.
- Un par de boletos para ir al teatro al vendedor que alcance su meta más 10%.
- Un reloj al vendedor que alcance sus metas durante tres periodos seguidos.