



**Crea tu mejor historia**  
EMPRENAMOS JUNTOS

## **MAPA CONCEPTUAL**

### **MÉTODOS Y TÉCNICAS DE VENTAS**

SILVESTRE CARDENAS OSVALDO FRANCISCO

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**YOSUANY SANTIZO RAMIREZ**

**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**6TO CUATRIMESTRE "D"**

**FRONTERA COMALAPA CHIAPAS**

**19 DE JULIO 2020**

# DIRECCION DE VENTAS

## Aspectos éticos de la venta.

Su estudio trata sobre si ciertas prácticas específicas son o no aceptables.

## IMPORTANCIA ÉTICA DEL GERENTE DE VENTAS

el personal de la empresa se relaciona con los clientes, la fuerza de ventas debe enfrentarse a una variedad de problemas éticos en cuanto a la calidad del producto y de los servicios, el establecimiento de precios, la distribución y la promoción.

## CUESTIONES MÁS IMPORTANTES PARA UN GERENTE DE VENTA

- Calidad del producto y del servicio
- Precio
- Distribución
- Promoción.
- El mal uso de los activos de la compañía.
- No asumir la política de la empresa.

## Las nuevas tecnologías y la venta.

la mayoría de las empresas y comercios se han incorporado tecnologías que permiten al cliente mayor rapidez y seguridad cuando adquiere un bien o servicio.

## COMERCIO ELECTRÓNICO

define como cualquier forma de transacción comercial ejercida electrónicamente, utilizando redes de telecomunicación y que permite los pagos de bienes y servicios a través de internet

## LOS BENEFICIOS QUE OFRECE A LAS EMPRESAS QUE LO

- proyectos de mayor relevancia.
- Desde la perspectiva del comprador, el comercio electrónico permite:
  - ventas por internet)
  - Transparencia en la información de los productos o servicios.

## Marketing y ventas relacionales.

## Evolución del concepto de Marketing

- Concepto Producción:
- Concepto Producto
- Concepto Venta
- Concepto Marketing
- Concepto Marketing orientado a la Sociedad

## PARA UNA MEJOR COMPRENSIÓN DEL DESARROLLO CONCEPTUAL DEL MARKETING, CABE CONSIDERAR TRES ETAPAS

La primera, la tradicional, limita el Marketing al campo empresarial.

La segunda no considera el pago como un elemento esencial de la transacción para la existencia de acciones de Marketing

La tercera sostiene que la idea central la constituyen las transacciones en sentido amplio, no limitadas a los productos