

“MÉTODOS Y TÉCNICAS DE VENTAS”

“INTRODUCCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTAS”

LIC. OSVALDO FRANCISCO SILVESTRE

PRESENTA LA ALUMNA:

Adriana Monjaras Pérez

GRUPO, SEMESTRE Y MODALIDAD

**6º cuatrimestre (D) Administración
De Empresas, Semiescolarizado**

Frontera Comalapa chis

12 DE JULIO 2020

INTRODUCCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTAS

LA FUNCIÓN DE VENTAS

La función del departamento de ventas es planear, ejecutar y controlar actividades en este campo.

Debido a que durante el desarrollo de los planes de venta ocurren varias sorpresas, el departamento de ventas debe dar seguimiento y control continuo a las actividades de venta

NEGOCIACIÓN CON LOS GRUPOS DE COMPRA. PLANTILLAS COMERCIALES

Han constituido unos fuertes departamentos centralizados de negociación y compras, tanto en el caso de empresas con tiendas propias, como en centrales de compras, o en el caso de empresas asociadas.

Estas grandes organizaciones o centrales de compras, las podemos definir en el caso de la distribución asociada, como la unión en una estructura organizada y permanente de un grupo de distribuidores-compradores

Operador que, disponiendo de recursos económicos y personalidad jurídica propia, tiene por objetivo desarrollar actividades y prestar servicios a las empresas independientes que, con espíritu de cooperación, se han asociado a su organización mediante una reglamentación interna, para mejorar su posición competitiva en el mercado”.

LAS ETAPAS DE LA VENTA SIMPLE

PRIMER PASO. Conocer el PRODUCTO. Antes de empezar a vender debes conocer lo que vas a vender. SEGUNDO PASO. Prospección del mercado. Has de identificar a los Tipos de Clientes cuyas necesidades pueden ser satisfechas por tus Productos o Servicios.

TERCER PASO. El contacto. En el primer contacto con el cliente lo que debes vender. CUARTO PASO. Establecer las necesidades. Debes conocer las necesidades de tus Clientes, pero haz que sean ellos mismos quienes te las digan. **Conoce sus problemas. QUINTO PASO. La presentación del PRODUCTO. Cualquier presentación debe seguir un orden lógico, guiando al Cliente paso a paso hasta que llegue a entender**

SEXTO PASO. Cerrar la venta. Haz que a tus Clientes les sea fácil decir SI gestionando correctamente sus objeciones. Ayúdalos a tomar la decisión que antes has tomado por ellos. SEPTIMO PASO. Seguir hasta el final. Este es el más importante si de verdad queremos seguir creciendo. Demuestra a tus Clientes que, **aún después de cerrar la venta**, sigues interesándote por ellos. Consigue buenas referencias.

TÉCNICAS DE VENTAS. SABER PREGUNTAR Y ESCUCHAR

Las preguntas te ayudan a descubrir las necesidades y deseos del cliente. También te ayudan a conectar con el cliente emocionalmente y a demostrar tus conocimientos y experiencia en un determinado tema.

Se compone de técnicas sencillas: planes anticipados, toma de notas, preguntas adecuadas en el momento adecuado, y estar atentos a lo que escuchamos, verificando los datos mediante la información de retorno

LA NEGOCIACIÓN EN VENTAS.

La negociación comercial es un proceso de acercamiento de posturas en aspectos bastante racionales – trata habitualmente de precios, plazos y otras condiciones objetivas del negocio. La venta, en cambio, abarca además aspectos más emotivos.

Implica ceder en determinadas condiciones de mi propuesta inicial a cambio de obtener algo del cliente. ¿Qué puede ser *ese algo*? El cierre de la venta, por ejemplo.

En general, se compra lo emotivo y se negocia lo racional.

