

CUADRO SINOPTICO
METODOS Y TECNICAS DE VENTAS
CP. Osvaldo Silvestre

PRESENTA EL ALUMNO:

Leydi Rocxana López Matías

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to. Cuatrimestre "D" Administración de Empresas
Semiescolarizado

Frontera Comalapa Chiapas

28 de Junio del 2020

1. INTRODUCCION Y TÉCNICAS DE VENTAS

1.1. LA FUNCION DE VENTAS

1.1.1. Departamento de ventas

1.1.1.1. Estructura del departamento

Estructura vertical: Es la que da por el nivel jerárquico
Estructura Horizontal: Se ubican personas con una misma posición jerárquica

1.1.1.2. Funciones del departamento

Funciones Básicas: Consiste en la formulación de normas comerciales, planear, organizar, controlar, valor la actuación de los vendedores.
Funciones Operativas: Son las relacionadas con los directores, gerentes y supervisores de ventas.

1.1.2. Planificación de las ventas

1.1.2.1. Organización de las ventas: Se toman en cuenta los siguientes aspectos el volumen de la empresa, diversificación de productos y los medios de distribución.

1.1.2.2. Rutas y visitas de ventas: La zona de ventas tiene que estar localizada en un área que facilite su adecuada y rentable cobertura, quedando bien definidos sus límites geográficos para facilitar las tareas de revisión y control

1.1.3. Administración de las relaciones con los clientes

1.1.3.1. Del Marketing masivo al marketing individualizado: Sus objetivos principales son, conservar clientes y atraer más clientes.

1.1.3.2. Ciclo de la administración de relaciones con los clientes: el ciclo se constituye por Descubrir conocimientos, Planear el mercado, Interacción con los clientes, Analizar y perfeccionar

1.2. NEGOCIACION CON LOS GRUPOS DE COMPRA. PLANTILLAS COMERCIALES

1.2.1. Etapa Inicial: Los puntos previos para esta etapa son los objetivos de negociación y margen de negociación, lugar de la negociación. Agenda de la negociación e información de la contraparte

1.2.2. Los objetivos de la negociación: Es una declaración de intenciones, es el punto deseado a donde se dirigen los recursos o esfuerzos propios

1.2.3. Apertura: Al iniciar la negociación y por ende, entra en contacto con el cliente se tienen que considerar dos momentos clave: Romper el hielo y establecer una vía de comunicación y identificación de las necesidades del cliente

1.2.4. Presentación y demostración del producto: Antes de presentar una demostración se debe determinar lo siguiente: a quién va dirigida esa presentación, es decir quién es el cliente y por qué razón puede interesarse en el producto.

1.2.5. Tratamiento de las objeciones: Una objeción es todo argumento que plantea el cliente como impedimento para ejecutar la compra.

1.2.6. Cierre: Esta última etapa del proceso de negociación, también es denominada finalización de la negociación o conclusión de la venta.

1.3. LAS ETAPAS DE LA VENTA SIMPLE

1.3.1. La presentación

1.3.1.1. Técnicas de presentación:

-Ayuda Visuales
-Testimonios
-Garantías
-Demostraciones

1.3.1.2. Determinación de Necesidades: En esta etapa es imprescindible saber escuchar y analizar las respuestas. Si después de escuchar al cliente hacemos una recopilación de lo que nos ha dicho

1.3.2. Argumentación

1.3.3. Tratamiento de objetivos

1.4. LAS HERRAMIENTAS DE VENTAS

1.4.1. El vendedor

1.4.1.1. Características personales y aptitudes para las ventas

Antecedentes familiares, Estado civil, Experiencia en ventas, Dominio y Referencias de empleos anteriores

1.4.1.2. Tipos de Vendedores

-Según su función: Captadores, Promotores de ventas, Técnicos de ventas, Tomadores externos de pedidos, Tomadores de pedidos internos

-Según su grado de vinculación a la empresa: Vendedores de base, Agentes comerciales, Comisionistas, Representantes comerciales.

-Según la amplitud del territorio en la que operan: Viajantes, Representantes de zona y corredores de plaza.

1. INTRODUCCION Y TÉCNICAS DE VENTAS

1.5. TÉCNICAS DE VENTAS

1.5.1. Venta a distancia: Las ventas a distancia se clasifican a grosso modo de ventas por correspondencia, ventas por teléfono, ventas electrónicas y ventas por televisión.

1.5.2. Venta Personal

1.5.2.1. Ventas Internas

1.5.2.2. Ventas externas

1.5.3. Venta multinivel: Se construye una red de vendedores independientes a diferentes niveles que a cambio de una comisión venta de puerta en puerta, venta por cita, venta en lugar de trabajo comercializan diferentes productos.

1.6. FASES DE LA VENTA

1.6.1. Localización y clasificación de los clientes: Se tienen que evaluar quienes pueden ser los posibles prospectos

1.6.2. Acercamiento al cliente: Aquí se logra una interacción con el cliente y para ello se debe conocer al cliente, tener ubicado al cliente en el mercado y contar con la preparación de la visita

1.6.3. Presentación del producto o servicio: Es la fase donde se da a conocer el producto y/o servicio que se está ofreciendo y mostrar sus características

1.6.4. Cierre de la venta: Es la última fase en donde el cliente y el vendedor logran concluir su proceso de compra y venta.

1.7. NEGOCIACIÓN EN LAS VENTAS

1.7.1. Etapas de la negociación

1.7.1.1. Preparación: Previo al encuentro o entrevista, se debe obtener información de la otra parte, así como de la situación a negociar; además es necesario plantear las acciones a seguir durante la propia negociación

1.7.1.2. Negociación con la otra parte: Este momento corresponde a la entrevista o encuentro con la otra parte

1.7.1.3. Conclusión: Es el cierre de la negociación en el que hay que llegar a un acuerdo

1.8. OBJECIONES EN LAS VENTAS

1.8.1. Concepto: Son los obstáculos que se presentan al momento de venta de un producto o servicios, son dudas que les surgen sobre comprar o no comprar

1.8.2. Tipos de Objeciones de ventas

- Por el precio
- Falta de presupuesto
- No lo necesita
- Prefiere a la competencia
- No te conoce o no confía lo suficiente
- Una característica del producto no le gusta
- Tiene una oferta mejor

1.9. VENTA COMPLEJA

1.9.1. Concepto: Se conoce como venta compleja las situaciones en las que varias personas deciden sobre la compra de un producto o servicio.

1.9.2. Formas de evadir los Obstáculos que se presentan

- Identifica a los que deciden
- Busca un prescriptor
- Prevé las dificultades
- Se constante
- Cierra la venta