



Nombre de la alumna: Arely Gerónimo Díaz

Nombre del profesor: Cp. Osvaldo Francisco Silvestre Cardenas

Nombre Del trabajo: Mapa conceptual del tema “dirección de ventas”

Materia: Métodos y Técnicas de ventas

Grado: 6to cuatrimestre

Grupo: Administración de empresas semiescolarizado “D”

Frontera Comalapa, Chiapas a 19 de Julio de 2020.

Dirección de ventas

Es

Una función comercial

Engloba temas como

Los Aspectos éticos de la venta.

Las Nuevas tecnologías y la venta.

Marketing y ventas relacionales.

¿Qué es?

Permiten

Funciones del marketing

El estudio si ciertas prácticas específicas son o no aceptables.

Al cliente mayor rapidez y seguridad

Conocer el comportamiento de los compradores y vendedores.

La Importancia ética

Y es

Genera

Ejemplos

Engloba

En la gerencia de ventas

Regulado por Organismos del desempeño comercial.

Impacto en las relaciones comerciales internacionales

El comercio electrónico

Opciones electrónicas de pago

Códigos comerciales

Conceptos esenciales

Radica en

Como

Como

Es

Ejemplo

Ejemplo

Como

- Calidad
- Precio.
- Distribución.
- Promoción
- El mal uso de los activos
- Subestimar a los vendedores.
- Sobre prometer.
- Distorsionar la verdad.
- Sobrevender.
- Revelar información confidencial.
- Mostrar favoritismos.
- Menospreciar a la competencia.
- Espiar a los competidores.

- Protección a empresas
Cámara Nacional de Comercio.

- Secretaría de Economía
Códigos de ética para
profesionistas.

- empresas Protección a los
consumidores.

- Obedecer la ley.
- Satisfacer las expectativas públicas.
- Anticipar nuevas demandas sociales.
- Conducir el camino.
- Auditorias sociales.

Una transacción comercial ejercida electrónicamente.

Pagos de bienes y servicios a través de internet.

La criptografía

Un texto escrito con clave secreta.

El sistema EAN

Un sistema de codificación estándar.

Calidad como valor percibido

La manera correcta de hacer las cosas desde el punto técnico.

El posicionamiento

La forma de situarse en la mente del cliente.

Las ventajas diferenciales competitivas.

Ser distintos y mejores.

El mix de marketing

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción