



Nombre de la alumna: Arely Gerónimo Díaz

Nombre del profesor: Cp. Osvaldo Francisco Silvestre Cárdenas

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 05 de Julio del 2020.

DIRECCION DE VENTAS

ES

Una de las partes importantes de la función Comercial-Marketing

CONCEPTOS Y TEMAS QUE ENBLOGA

LA GESTIÓN DE GRANDES CUENTAS

ES

Una forma de gestionar las relaciones comerciales en entornos B2B.

PARTICULARMENTE SE USA

En las relaciones entre fabricantes y distribuidores.

OBJETIVOS

Vender más en cada cliente

Mejorar la distribución ponderada.

Ganar participación en cada cliente.

Prestar servicio al cliente.

Luchar por sus clientes dentro de la compañía.

INGENIERÍA DE VENTAS.

SE ENFOCA EN

La venta y comercialización de tecnología especializada y dispositivos

PRINCIPALES FUNCIONES

Vender productos a clientes existentes y buscar clientes potenciales.

Llevar a cabo tareas administrativas

Habilidades tecnológicas

Habilidades de comunicación

PROCESO DE VENTAS

ELEMENTOS

1. Preparación
2. Concertación de la visita
3. Contacto y presentación
4. Sondeo y necesidades
5. Argumentación
6. Objeciones
7. Cierre

AGENTE DE VENTAS

SU OBJETIVO

Vender por volúmenes, por ganancias, por gastos y por tipos de actividades

LA ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE VENTAS.

SUELE

Dividir en equipos de trabajo siguiendo una estructura.

PARA

Lograr un buen reparto de las tareas comerciales y organización.

SU ESTRUCTURA PUEDE SER

Geográfica o por zonas.

Por productos

Por mercados

Por clientes

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA VENTA

EJEMPLO

El comercio electrónico

¿QUE ES?

Una transacción comercial ejercida electrónicamente

BENEFICIOS A LA EMPRESA

Una base de clientes estable

Capacidad para atraer socios

Logística ordenada de distribución.

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE

Transparencia en la información de los productos

Mayores opciones en cuanto a productos y servicios

MARKETING Y VENTAS

IMPORTANCIA

Fortalece y mantiene las relaciones de la empresa con sus clientes

OBJETIVOS DEL MARKETING

Conocer el comportamiento de los Compradores y de los Vendedores.

ASPECTOS ÉTICOS DE LA VENTA.

ESTUDIA

Si las Prácticas específicas son o no aceptables.

REGLAMENTACIÓN SOBRE ÉTICA EN EL ASPECTO COMERCIAL

- Códigos profesionales.
- Códigos de asociaciones de empresas.
- Códigos de grupos de asesoría.

IMPACTO DEL ASPECTO ÉTICO EN LAS RELACIONES COMERCIALES

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