

**LA FUERZA DE VENTAS**  
**MÉTODOS Y TÉCNICAS DE VENTAS**

C.P. OSVALDO FRANCISCO SILVESTRE CARDENAS

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**JOSÉ ALBERTO HERRERA VAZQUEZ**

**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**6to Cuatrimestre "D" LAE Semiescolarizado**

**Frontera Comalapa, Chiapas**

**22 de Julio de 2020**

# LA FUERZA DE VENTAS

El vendedor

Es quien realiza la acción de vender, es decir, acerca al cliente los productos o servicios que la empresa ofrece para que sean comprados a cambio del pago de un precio el posee ciertas características

- Capacidad de relacionarse
- Tolerancia a la frustración
- Perseverancia
- Tenacidad
- Puntualidad
- Autoconfianza
- Excelente imagen
- Observador
- Negociador

Características personales y aptitudes para las ventas

Es importante para determinar las características ideales de un vendedor, recurrir a una descripción de puesto

Sexo: indistinto  
Edad: 25-45 años  
Escolaridad: mínimo Preparatoria (con certificado)

Tipos de vendedores

Por su función

- Captadores
- Promotores de ventas
- Técnicos de ventas
- Tomadores externos de pedidos

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
- Corredores de plaza

Capacitación de la fuerza de ventas

Una vez que se ha reclutado y seleccionado a la fuerza de ventas, inicia el proceso de capacitación de los vendedores

Métodos de capacitación de las ventas

Capacitación para el puesto

implícita el curso de inducción a la empresa y se le da un panorama general al vendedor

Instrucción individual

se capacita a un solo vendedor en puntos muy específicos que han sido detectados

Clases en instalaciones

se imparte la capacitación al vendedor en el mismo lugar donde se efectuará el proceso de venta

Seminarios externos

se contrata a un proveedor de capacitación externo y un grupo de vendedores previamente

Medición de costos y beneficios de la capacitación

Menor rotación de personal.  
Aumento de la cartera de clientes y por ende, de las ventas.  
Mejor estado de ánimo entre los vendedores.  
Vendedores más convencidos e informados sobre el producto o servicio

Cuotas e incentivos para el vendedor

Las cuotas deben ser razonables y congruentes con las tendencias del producto en el mercado