

METODOS Y TECNICAS

CATEDRATICO:

CP. OSVALDO FRANCISCO SILVESTRE

TRABAJO:

CUADRO SINOPTICO

TEMA:

LA FUERZA DE VENTAS

PRESENTA EL ALUMNO:

OSMAR AGDIMAEEL SOLIS CARBAJAL

GRADO, GRUPO y MODALIDAD:

6TO CUATRIMESTRE GRUPO "D"

DOMINGOS

FECHA: 26/07/2020

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS, MEXICO

LA FUERZA DE VENTAS

Un vendedor es un experto en la gestión comercial de su empresa y 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.

CARACTERISTICAS

Es importante para determinar las características ideales de un vendedor, recurrir a una descripción de puesto; esta puede ser elaborada por el Gerente de Ventas o por el departamento de Recursos Humanos.

TIPOS DE VENDEDORES

En este apartado consideraremos dos clasificaciones: la propuesta en el libro de Vendedores perros y la expuesta en el texto Operaciones de venta. Es preciso aclarar que estas clasificaciones no intentan estereotipar a los vendedores, más bien van enfocadas a...

CAPACITACION

Una vez que se ha reclutado y seleccionado a la fuerza de ventas, inicia el proceso de capacitación de los vendedores. La duración del periodo de capacitación es variable y depende de las necesidades de la empresa y de las especificaciones del producto o servicio que se venderá (a mayores especificaciones, mayor tiempo de capacitación).

Medición de costos y beneficios de la capacitación en ventas Los beneficios de la capacitación en ventas son:

- 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.

Métodos de capacitación de las ventas

- Capacitación para el puesto
- Instrucción individual
- Clases en instalaciones
- Seminarios externos

VENTAS

Las metas que se les asignan a los vendedores se denominan cuotas y los gerentes de ventas siempre las planificarán de tal forma que vayan estimulando al vendedor a alcanzarlas.

Las cuotas deben ser razonables y congruentes con las tendencias del producto en el mercado. Ejemplo, si es invierno no podemos esperar que se venda ropa ligera. Estas cuotas se determinan para periodos específicos y se expresan en moneda nacional o bien, en número de unidades. Los principales propósitos de las cuotas son: 1. Ofrecer incentivos a los vendedores. 2. Evaluar el desempeño de los vendedores.