

Mapa conceptual

Métodos y técnicas de ventas

Cp. Osvaldo Francisco Silvestre Cardenas

PRESENTA EL ALUMNO:

Eduardo de la Cruz Gerónimo

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to cuatrimestre “D” licenciatura en administración de empresa

Frontera Comalapa, Chiapas

19 de julio del 2020.

DIRECCIÓN DE VENTAS

Aspectos éticos de la venta.

Ética es una de las preocupaciones más importantes en el mundo de los negocios de hoy en día y sin embargo es una de las menos estudiadas

IMPORTANCIA ÉTICA DEL GERENTE DE VENTAS

SON

- _ Calidad del producto y del servicio.
- _ Precio.
- _ Distribución
- _ Promoción.
- _ El mal uso de los activos de la compañía.
- _ No asumir la política de la empresa.
- _ Subestimar a los vendedores.
- _ Sobre prometer.
- Sobrevender.

REGLAMENTACIÓN VIGENTE SOBRE ÉTICA EN EL ASPECTO COMERCIAL

SON LOS SIGIENTES

1. Códigos profesionales.
2. Códigos de asociaciones de empresas
3. Códigos de grupos de asesoría.

Las nuevas tecnologías y la venta.

HOY EN DIA

En la mayoría de las empresas y comercios se han incorporado tecnologías que permiten al cliente mayor rapidez y seguridad cuando adquiere un bien o servicio.

Los beneficios que ofrece a las empresas que lo utilizan son:

- Proyectos de mayor relevancia.
- Desde la perspectiva del comprador, el comercio electrónico permite:
 - Ventas por internet).
 - La información de los productos o servicios.

CÓDIGOS COMERCIALES

El código de barras es —una tecnología de captura automática de información que permite identificar artículos y servicios, cualquiera que sea su origen o destino, mediante un código numérico y/o alfabético, el cual se representa gráficamente con un símbolo rectangular compuesto de barras y espacios

Marketing y ventas relacionales.

EVOLUCION DE MARKETING ES

- _Concepto Producción.
- _Concepto Producto
- _Concepto Venta
- _Concepto Venta
- _Concepto Marketing orientado a la Sociedad

Tres etapas en la forma de enfocar Marketing

Las cuales son

- A) La primera, la tradicional, limita el Marketing al campo empresarial.
- B) La segunda no considera el pago como un elemento esencial de la transacción para la existencia de acciones de Marketing, como en el primer caso.
- C) La tercera sostiene que la idea central la constituyen las transacciones en sentido amplio