UDS
UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Crea tu mejor historia
EMPRENDAMOS JUNTOS

METODOS Y TECNICAS

INTRODUCCION Y TECNICAS DE VENTAS

MTR. OSVALDO FRANCISCO SILVESTRE

PRESENTA EL ALUMNO:

Merari Aminadab Ortiz González.

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to. cuatrimestre “D” Semiescolarizado.

Frontera Comalapa, Chiapas

25 de junio de 2020

INTRODUCCION Y TECNICAS DE VENTAS

- **La función de ventas**
  - **Departamento de ventas**
    - Es el que se tiene como función principal comercializar los bienes o servicios que ofrece la empres
  - **Planificación**
    - Planificar las ventas es relevante ya que además de su función principal (la de vender), facilita el desarrollo de nuevos negocios y obtener información de los productos y servicios que ofrece la competencia.
  - **Administración de relaciones**
    - Empresas centradas en escuchar, diseñar y atender las necesidades de los consumidores.
      - Conservar clientes
      - Atraer más clientes
- **Negociación con grupos de compras**
  - **Etapa inicial**
    - Una negociación inicia con la planeación, que es importante porque permite definir el entorno en el que se dará la interacción con el cliente
  - **Objetivos**
    - Es una declaración de intenciones. Es el punto deseado a donde se dirigen los recursos o esfuerzos propios. Es aquello que se quiere lograr
  - **Apertura**
    - Romper el hielo y establecer una vía de comunicación. Identificación de las necesidades del cliente.
  - **Presentación y demostración**
    - Antes de presentar una demostración se debe determinar lo siguiente: a quién va dirigida esa presentación, es decir, quién es el cliente y por qué razón puede interesarse en el producto
  - **Tratamiento de objeciones**
    - Ven en las objeciones un obstáculo, pero si se manejan de la manera adecuada, le aportarán al cliente más argumentos para comprar el producto
  - **Cierre**
    - Constituye la culminación de los esfuerzos del vendedor y la satisfacción del cliente
- **Etapas de la venta simple**
  - **Presentación**
    - Empieza en el momento en que se cruzan las primeras palabras entre el comprador y el vendedor.
  - **Argumentación**
    - Cuanta más información logremos, más fácil será elegir la argumentación adecuada y el tipo de producto para satisfacer al cliente.
  - **Tratamiento de objetivos**
    - Para tratar una objeción, primero hay que dejar al cliente que nos la formule, después, pararnos a reflexionar sobre lo que quiere decir
- **Herramientas de venta**
  - **El 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
  - **Tipos de vendedor**
    - Según su función
    - Según su grado de vinculación con la empresa
    - Según la amplitud del territorio en el que opera
- **Técnicas de venta**
  - Las ventas son un proceso que implica un orden secuencial que incluye diferentes fases
    - Venta a distancia no existe un contacto directo entre el comprador y el vendedor.
    - Venta personal se realiza mediante el contacto directo entre vendedor y comprador.
    - Venta directa: el posible comprador entra a un establecimiento y es atendido por un vendedor.
    - Ventas a domicilio: se realiza en el domicilio del comprador.
    - Venta ambulante: esta venta se caracteriza porque no tiene un espacio fijo.
    - Venta multinivel se construye una red de vendedores independientes, a diferentes niveles.