

**METODOS Y TECNICAS**

**CATEDRATICO:**

**C.P. OSVALDO FRANCISCO SILVESTRE**

**TRABAJO:**

**MAPA CONCEPTUAL**

**TEMA:**

**ORGANIZACIÓN DDE LAS VENTAS**

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**OSMAR AGDIMAEL SOLIS CARBAJAL**

**GRADO, GRUPO y MODALIDAD:**

**6TO CUATRIMESTRE GRUPO “D”**

**DOMINGOS**

**FECHA: 05/07/2020**

**FRONTERA COMALAPA CHIAPAS, MEXICO**

# ORGANIZACIÓN DE LAS VENTAS

## Departamento de ventas

Es el que se tiene como función principal comercializar los bienes y servicios que ofrece la empresa.

### Funciones

#### Funciones básicas

Son aquellas esenciales para que el departamento de ventas marche correctamente

#### Organización de la fuerza de ventas

##### Zona geográfica

Clientes

##### Línea de producto

Funciones

Se entiende por zona de ventas a un conjunto de clientes actuales, antiguos y potenciales asignados a un determinado vendedor, delegación o distribuidor

Las rutas de ventas son el conjunto de itinerarios que el vendedor o promotor ha de seguir para visitar periódicamente o no, a los clientes designados

### Beneficios

- ✚ En ciudades grandes se puede aprovechar mejor el tiempo
- ✚ Se reduce el cansancio de los vendedores y el riesgo
- ✚ Se consigue una mejor cobertura de clientes.

## Marketing masivo al marketing individualizado

El desarrollo de la ARC obedece los avances de la mercadotecnia, que han sido posible gracias a los adelantos tecnológicos.

#### Orientado a clientes

Conserva clientes  
Atrae más clientes  
Rentabilidad de los clientes

#### Ventajas que ofrece la ARC.

Disminuye los costos de publicidad  
Facilita la posibilidad de dirigirse a clientes específicos