

“MÉTODOS Y TÉCNICAS DE VENTAS”
“INTRODUCCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTAS”
LIC. OSVALDO FRANCISCO SILVESTRE

PRESENTA LA ALUMNA:

Adriana Monjaras Pérez

GRUPO, SEMESTRE Y MODALIDAD

6º cuatrimestre (D) Administración
De Empresas, Semiescolarizado

Frontera Comalapa chis.
27 DE JUNIO DEL 2020

INTRODUCCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTAS

LA FUNCIÓN DE VENTAS.

departamento de ventas es planear, ejecutar y controlar actividades en este campo. Debido a que durante el desarrollo de los planes de venta ocurren varias sorpresas, el departamento de ventas debe dar seguimiento y control continuo a las actividades de venta

NEGOCIACIÓN CON LOS GRUPOS DE COMPRA.

Dichos compradores pueden actuar en el sector industrial forzando la bajada de precios, negociando por una calidad superior o disponer de más servicios, mejorar las garantías o las formas y plazos de pago, llegando incluso a exigir la exclusividad del proveedor, y haciendo que los competidores compitan entre ellos - todo a expensas de lo rentable de la industrial -

LAS ETAPAS DE LA VENTA SIMPLE.

PRIMER PASO. Conocer el PRODUCTO. ...

SEGUNDO PASO. Prospección del mercado. ...

TERCER PASO. El contacto. ...

CUARTO PASO. Establecer las necesidades. ...

QUINTO PASO. La presentación del PRODUCTO. ...

SEXTO PASO. Cerrar la venta. ...

SEPTIMO PASO. Seguir hasta el final.

LAS HERRAMIENTAS DE VENTAS.

- Comunicación: no importa si eres de marketing o ventas, la comunicación abierta y cercana entre equipos aportará mucho a la consecución de objetivos.
- Definir el "sales qualified (ready) lead": concretar el perfil "lead cualificado para la venta" para los dos equipos hará la diferencia, sólo así se apuntará al mismo objetivo.
- Funnel de ventas: define las acciones y estrategias acorde a un solo funnel de ventas común para los dos equipos.
- Compartir información: la información y datos relevantes deben fluir entre equipos con el fin de obtener un análisis holístico de las situación. Información como el comportamiento del cliente en entornos digitales, siendo puntuales con alertas de nuevos cliente potenciales, tasa de interacción, historial de descargas y tonos de comunicación manejados en todos los canales.

TÉCNICAS DE VENTAS. SABER PREGUNTAR Y ESCUCHAR.

Saber escuchar produce dividendos. A cambio de esto obtenemos información, confianza y respeto mutuos. Los buenos hábitos del arte de escuchar se han reconocido durante siglos como algo indispensable para el éxito; de hecho, Sócrates se quejó alguna vez de que sus jóvenes alumnos tenían muy malas cualidades como oyentes. Muchos de los problemas son el resultado de que pensamos mucho más rápido de lo que hablamos.

LA NEGOCIACIÓN EN VENTAS.

7.1. La preparación

7.2. La discusión

7.3. Las señales

7.4. Las propuestas

7.5. El intercambio

7.6. El cierre y el acuerdo

7.6.1. Negociación del precio

