

ACCION PROMOCIONAL

HABILIDADES EN LA VENTA
MTR. ICEL BERNARDO LEPE

PRESENTA EL ALUMNO:

Merari Aminadab Ortiz González.

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6to. cuatrimestre “D” Semiescolarizado.

Frontera Comalapa, Chiapas

16 de julio de 2020.

En el siguiente ensayo veremos que la venta no se trata solo de ofrecer y esperar a que el cliente compre, más bien para que pueda ser realizada la venta tiene que haber habilidades, habilidades que convencen al cliente de comprar algún producto o servicio aunque no lo necesiten, estas habilidades como la de comunicación y comunicación no verbal como la postura, la expresión, la ubicación, el contacto, los gestos, además de estas tiene que estar muy presente la habilidad de conocimiento, la cual implica conocer muy bien el producto que se está ofreciendo, conocer muy bien la empresa la que vende el producto, conocer a la competencia y conocer al cliente.

Para que una venta pueda llevarse a cabo es necesario que el vendedor y el director de ventas que está ofreciendo el producto tengan ciertas habilidades, cualidades, rasgos que hagan convencer al cliente de comprar, siempre esto sabiendo que el la venta lleva un proceso es decir una serie de actividades las cuales suelen ser; Contacto y presentación donde el vendedor intercambia información con el cliente y hace que el cliente se interese por el producto. Exploración de necesidades cuando el vendedor ve cuales son las verdaderas necesidades del cliente para decidir la actitud para realizar la venta. Argumentación si se llega a esta etapa el cliente ha mostrado el interés y debe generarse la explicación necesaria de los beneficios y ventajas que ofrece el producto y servicio arriba de la competencia. Objeciones en esta etapa se manejan las objeciones negativas manifestados por el cliente, así que el vendedor tiene que estar listo ante cualquier posible objeción. Cierre es la etapa en la cual se puede cerrar la venta o se concreta una cita posterior para cerrarla.

Las habilidades que un vendedor debe tener para poder realizar sus labores son las habilidades de comunicación y conocimiento, la comunicación facilita el establecimiento y el desarrollo de las relaciones sociales, es decir, entre más comunicación haya entre vendedor- cliente se entenderán mejor y hay más probabilidades que pueda cerrarse la venta, ya que en todo el proceso para que pueda llevarse a cabo el cierre de una venta hay que estar comunicándose de manera verbal o de manera no verbal mediante expresiones, gestos, posturas, imagen personal, en ocasiones es un largo periodo de tiempo que hay que estar en comunicación con el cliente, respondiendo cada pregunta, duda que le pueda surgir o explicando y convenciendo de comprar el producto o servicio. Cabe mencionar que en ocasiones cuando el vendedor habla con el cliente puedan no entenderse y se genere un sesgo de comunicación, esto suele pasar cuando el cliente tiene un estilo de comunicación muy distinto al del vendedor, por eso es que existen dos

dimensiones con las que establecer los diferentes estilos de comunicación que son adoptados por los clientes, para poder tener buena comunicación:

1) Continuum de predominio: esta es cuando la persona tiene la tendencia a mandar, controlar o hacer prevalecer las opiniones individuales sobre las de otras personas. Así, las personas con un gran predominio tienden a dar consejos y son más activas en su trato con los demás, mientras que quienes muestran escaso predominio tienden a la cooperación y a prestar ayuda, y muestran poca asertividad.

2) Continuum de sociabilidad: es la cantidad de control que las personas ejercen sobre sus expresiones emocionales. Es decir cuánto pueden las personas controlar sus emociones. Las personas con mucha sociabilidad tienden a expresar sus sentimientos con libertad, mientras que las que muestran una baja sociabilidad tienden a controlar sus sentimientos.

Como he dicho antes en el proceso de venta puede haber tanto comunicación verbal como comunicación no verbal las cuales se compone de las actitudes y mensajes que no se expresan con palabras, pero que pueden entenderse a través de la forma de hablar, mirar, gestos o las posturas. A continuación mencionare las actitudes o hechos que conlleva la comunicación no verbal:

La postura: es la más fácil de observar ya que es como la persona esta acomodada, aquí identificamos si el cliente esta cómodo tiene una postura natural, si el cliente está a la defensiva de pierna o brazos cruzados, por último y más difícil de ver la pasiva.

La expresión: la expresión en la cara suele reflejar el estado en el que se encuentran las personas (inquietud, temor, confianza, alegría, etc.). al hablar con el cliente hay que tener en cuenta comenzar con una sonrisa, terminar con una sonrisa y mirar a los ojos al hablar y al escuchar.

La ubicación: al tener dos personas hay que estar frente a las dos nunca hay que darle la espalda a una, esto para ver los gestos, miradas que hacen cada uno y entre ellos.

El contacto: al saludarse con el cliente en un apretón de manos, este debe ser firme, y no muy agresivo para no transmitir poder de dominio. El contacto físico suele ser de mucha importancia en cierto momento.

Los gestos: los gestos suelen ser muy propios, los dedos en la boca pueden interpretarse como que siente presionado, a mano en la barbilla denota que la persona está evaluando, es decir está decidiendo, bostezo, mirada distraída, suele tomarse como aburrimiento,

Los gestos del vendedor: el manejo del bolígrafo atrae la atención del cliente hacia donde le interesa. Un golpe en la mesa permite captar la atención y “despertar” al cliente pasivo.

El vendedor aparte de habilidades de comunicación verbal y comunicación no verbal, tiene que tener cierto conocimiento, para poder llevar a cabo el cierre de una venta conocimientos como:

Conocimiento del producto: el conocimiento que debe tener el vendedor del producto debe de sobrepasar ante las expectativas del cliente, este conocimiento como los demás deben ser sumamente necesarios ya que ante cualquier posible pregunta del cliente sobre el producto debe ser respondida excelente y cuidadosamente.

Conocimiento de la empresa: el personal de ventas es el contacto más cercano del cliente con la empresa, por eso es que este debe estar informado sobre la empresa.

Conocimiento de la competencia: el vendedor tiene que estar muy bien informado sobre su competencia, esto para convencer al cliente que compre en su establecimiento y no en el de la competencia.

Conocimiento del cliente: el vendedor tiene que conocer a su cliente, conocer sus expectativas, necesidades y sus deseos.

Como hemos visto en el proceso de ventas hay muchos factores para determinar si el cliente decidirá comprar el producto o servicio, ya que la venta no solo es de ofrecer y esperar a que el cliente decida comprar, más bien es de hacer que el cliente se interese en el producto y lo compre aunque este no lo necesite, por eso el vendedor tiene que tener habilidades, conocimientos y cualidades.