



Nombre de la alumna: Arely Gerónimo
Díaz

Nombre del profesor: Lic. Icel Bernardo
Lepe Arriaga

Nombre Del trabajo: Cuadro sinóptico del
tema “Generalidades del proceso de
venta”

Materia: Acción promocional

Grado: 6to cuatrimestre

Grupo: Administración de empresas
semiescolarizado “D”

Frontera Comalapa, Chiapas a 11 de Julio de 2020.

GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA.

➤ LA VENTA PERSONAL COMO HERRAMIENTA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

- Permite una intensa relación entre vendedor y cliente.
- Permite adaptar el mensaje a las características específicas del cliente y a la situación de ventas.
- Permite comprobar si el cliente entiende lo que se le quiere transmitir y ofrecer los productos más adecuados a sus necesidades y deseos.

➤ VENTA PERSONAL Y COMUNICACIÓN.

La venta personal es una herramienta de comunicación que permite adaptar el mensaje a las características específicas del cliente y de la situación de ventas; y ello como consecuencia del trato directo y personal con el cliente.

➤ EL PAPEL DEL VENDEDOR.

- Se transforma en el director de la oferta de valor para el cliente, con la responsabilidad de determinar cuáles son los componentes de ese valor total para cada cliente.
- Se convierte en un defensor del cliente, que comunica a la empresa cuáles son sus necesidades.
- Se convierte en un importante recurso de la empresa, en sus políticas y estrategias para el desarrollo de productos.

➤ RELACIONES EN EL CONTEXTO DE LA VENTA PERSONAL.

• Venta personal

Es un elemento del mix promocional y representa una comunicación personal en dos sentidos, es una herramienta de venta personal y personalizada.

• Importancia

- Se centra en las necesidades reales de los posibles compradores.
- Desarrolla las habilidades de escucha del vendedor.
- Dota de credibilidad el vendedor delante del comprador.
- Facilita la comunicación.
- Crea una menor resistencia.
- Favorece en última instancia la venta.

➤ LA VENTA RELACIONAL.

• Concepto

Es un proceso multietapa que enfatiza la personalización y la empatía como ingredientes clave en la identificación de clientes potenciales, desarrollándolos como clientes reales, y manteniéndolos satisfechos.

• Importancia

Se centra, por tanto, en la creación de una confianza mutua entre comprador y vendedor a fin de ofrecer al primero beneficios anticipados, a largo plazo y de valor añadido.

➤ HABILIDADES DE VENTA.

• Habilidad Personal de venta.

Se requiere que el vendedor posea ciertas habilidades de comunicación y de conocimiento.

• Habilidad de Comunicación.

El vendedor deberá desarrollar su comunicación de forma adecuada, tanto en la comunicación verbal como de signos no verbales.

• Comunicación no Verbal.

- La postura
- La expresión
- La ubicación
- El contacto
- Los gestos
- Los gestos del vendedor

• Habilidad de conocimiento.

- Conocimiento del producto.
- Conocimiento de la empresa.
- Conocimiento de la competencia.
- Conocimiento de los clientes.

