

Acción Promocional

**Presenta la alumna:
Mayra Lizbeth Pérez Pérez**

**Cuatrimestre, grupo,
6to cuatrimestre "D"**

**Carrera y modalidad:
Lic. Administración de empresas, Semiescolarizado**

**Frontera Comalapa, Chiapas
12 de Julio del 2020.**

PROCESO DE VENTAS

Venta personal, Estrategia de comunicación

La venta personal representa una de las herramientas para la comunicación de marketing de la empresa.

Venta personal y comunicación

La venta personal es uno de los elementos del mix Promocional y reúne una serie de características que la diferencian frente a las otras formas de comunicación.

La venta personal ha sido considerada como un área de estudio de segundo nivel, y es que, de una manera incorrecta, se ha pensado que existen otros campos más relevantes. Sin embargo, cualquier empresa o entidad requiere la venta personal.

El papel del vendedor

Se transforma en el director de la oferta de valor para el cliente. Se convierte en un defensor del cliente. Se convierte en un importante recurso de la empresa.

Factores identificados

- Función de ventas
- Trabajar con otros
- Al servicio del producto
- Dirigir la información

Relaciones en el contexto de la venta personal.

Las empresas están preocupadas por conservar a sus clientes de hace muchos años. Actualmente, se defienden enfoques de ventas orientados a la relación dentro de un ámbito.

La venta relacional

la aparición de un marketing de relaciones ha provocado, a su vez, la de una venta de relaciones.