

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
19 de Julio del 2020.**

GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA

Actualmente el principal activo, el principal recurso, de las empresas es el departamento de ventas las cuales, son las personas que ocupan el puesto de vendedores, sin duda ellos son una gran herramienta para la empresa la cual transmite el producto hacia las demás personas

Una de las definiciones más importante de ventas para mi es que la venta es la transmisión de entusiasmo de una persona hacia otra respecto a un producto o aun servicio, quiere decir que si tenemos un producto, por ejemplo, tienes que transmitirle tu entusiasmo hacia otra persona, y que la otra persona que esta frente a ti, ósea tu prospecto tu remitente, cliente o comprador, se emocione con lo que tú le estas ofreciendo, claro también existe la venta necesidad-satisfacción o problema- solución, donde la persona ya tiene una necesidad y solamente es cubrir la necesidad o resolver un problema si es el caso, pero la venta normal donde el vendedor la provoca es donde trasmite el entusiasmo hacia la otra persona, entonces si no le ponemos entusiasmo a los que se vende, si no estamos entusiasmados por el producto o servicio que se vende, difícilmente vamos hacer que la persona que está al frente de se emocione respecto al producto y lo compre, entonces el primer concepto importante acerca de venta, es estar entusiasmado con lo que uno ofrece y al final te diga “si lo quiero”.

Respecto a este tema tan interesante debemos conocer las características que es importante establecer en el área de ventas, ya que este es un campo muy relevante dentro de la empresa, este se basa en una palabra muy eficaz que es la comunicación, este es la clave de transmitir lo que queremos vender, cuyas acciones deben estar realmente planificadas organizadas y controladas,

La venta personal es una estrategia de comunicación dentro del marketing que conforman el mix promocional las cuales son producto, precio, distribución y a lo que queremos llegar es comunicación, en la cual se invierte la venta personal, la publicidad, promoción de ventas, etc., la que nos interesa es venta promocional este permite adaptar el mensaje a las características específicas del cliente y a la situación en la que se encuentra la venta lo cual lleva al trato directo y personal con el cliente esto se hace de manera inmediata e interactiva entre dos o más personas

Ahora bien te preguntarás ¿Cuál es el papel de un vendedor? Como bien lo mencione al inicio, es de transmitir entusiasmo por adquirir el producto, pero no solo eso ya que como los tiempos han estado cambiando y han surgido nuevas ideas y prácticas del marketing el vendedor adquiere nuevos papeles, por ejemplo se transforma en el director de ofertas, defensor del cliente, que comunica a la empresa cuáles son sus necesidades y sobre todo se convierte en un importante recurso de la empresa.

El vendedor planifica ahora las actividades de ventas por ejemplo buscar contactos con clientes, preparar presentaciones de ventas, visitar clientes, expedir pedidos, resolver problemas de estos mismos, conocer el producto para poder manejarlo, ofrecer información técnica acerca del producto o servicio,

Anteriormente las empresas no se preocupaban tanto por retener a clientes específicos pues las ventas eran a corto plazo sin embargo en nuestro tiempos eso ha cambiado por el contrario se busca sean a medida de manera temporal más amplio, para ello existe la venta relacional que consiste en tener personalización y empatía al ofrecer los productos y para identificar clientes potenciales o clientes reales manteniéndolos siempre satisfechos.

Los vendedores deben caracterizarse por habilidades que posees y a continuación conoceremos alguna de ellas

Habilidad de comunicación: este facilita el desarrollo de las relaciones sociales que son de manera verbal y no verbal, las cuales deben ser correctas y de forma adecuada, al tener contacto con el cliente debe conocer el estilo de comunicación de este, para evitar sesgos, debemos de tener en cuenta que a veces el estilo de comunicación del vendedor con el cliente es muy diferente por lo cual hay que tener cuidado, evitar conflictos y ser acomodados pues el fin es de satisfacer al cliente para ello se requiere de predominio lo cual hace dar consejos y ser más activos con el trato hacia los demás, así también la sociabilidad que hace que expresemos nuestros sentimientos con libertad, que todo esto es de manera verbal.

La comunicación no verbal implica darnos cuenta de la postura, la expresión, la ubicación el contacto, los gestos, las posiciones, como los dedos en la boca, la mano en la barbilla todos estos nos llevan a conocer cómo se siente el cliente o en lo que está pensando

acerca del producto o trato, es fundamental tomar estas posiciones en cuenta para conocer a nuestro cliente.

Habilidad del conocimiento: el vendedor debe saber todo acerca de la empresa, producto, competencias y clientes, esto hace que el sujeto de la cual estamos hablando tenga mejor conocimiento a las del cliente y de respuestas asertivas de cualquier pregunta que el cliente o comprador pueda realizar.

Ciertamente es importante saber lo que debemos tomar en cuenta para nuestra área de ventar, pues es el factor principal que hace llegar nuestro producto servicio al clientes, y que mejor que conocer lo que el cliente requiera para poder planificar nuestra estrategias de ventas.