

**ACCIÓN PROMOCIONAL”
“HABILIDAD DE VENTAS”
LIC. Icel Bernardo Lepe**

PRESENTA LA ALUMNA:

Adriana Monjaras Pérez

GRUPO, SEMESTRE Y MODALIDAD

**6º cuatrimestre (D) Administración
De Empresas, Semiescolarizado**

**Frontera Comalapa chis.
19 DE JULIO DEL 2020**

INTRODUCCION.

La acción de ventas representa una actividad clave dentro de las compañías, al tiempo que requiere arte realizarla con éxito. Un agente de ventas necesita mostrar una serie de características que le permitan desempeñar con efectividad su tarea. Sin dudas, hace falta más que el conocimiento cabal del producto o servicio que promociona.

Los conocimientos técnicos, acerca del producto o servicio, son muy valorados entre los vendedores de cualquier sector. Sin embargo, existen diferentes habilidades que suponen un auténtico valor añadido para los profesionales de las ventas. ¿Cuáles son estas habilidades? ¿Qué competencias son las máspreciadas en el mundo de las ventas?

DESARROLLO.

Habilidad en la venta.

Capacidad de escucha

Ésta es una de las habilidades más buscadas entre los asesor comerciales. Esta competencia supone una herramienta muy valiosa para el vendedor, ya que si el cliente se siente escuchado se puede establecer una relación duradera y de calidad. Es el primer paso para facilitar la comunicación y la relación comercial con el cliente.

Comunicación eficaz

Para un vendedor es fundamental demostrar unas habilidades comunicativas excelentes. Se trata de transmitir los mensajes necesarios de forma que el clientes comprenda, de forma fidedigna, lo que el vendedor pretende comunicar, en cuanto al producto o servicio que comercializa.

Empatía y confianza

Para un vendedor, es esencial lograr una buena sintonía con su cliente y generar un clima de confianza. Con la empatía, el vendedor consigue que su cliente se sienta valorado, ya que puede llegar a sentir que entienden sus necesidades y preocupaciones en relación al producto o servicio.

Pro actividad

El buen vendedor se anticipa, con iniciativa y energía, en su relación con el cliente y en su principal objetivo, que es el cierre de ventas. Esto se extiende a cuestiones clave como ofrecer nuevos descuentos, o productos o servicios alternativos, buscando, si cabe, nuevas necesidades del cliente.

Paciencia e insistencia

En el mundo de las ventas, se valora a las personas con una alta tolerancia a la frustración y, sobre todo, perseverantes e insistentes. Es habitual entre los vendedores que muestren

una gran capacidad para crear un buen vínculo con el cliente pero que sin embargo no demuestran el interés necesario para cerrar de forma efectiva una venta.

Planificación y organización del trabajo

Además de la relación con el cliente, el vendedor tiene que demostrar una alta capacidad para gestionar su agenda y toda la documentación relacionada con las visitas, informes, etc. Ésta es una de las habilidades más buscadas entre los buenos vendedores, ya que es muy habitual que carezcan de ella.

Autonomía

Dado el carácter autónomo de la labor del comercial, es imprescindible que el vendedor sea capaz de mostrar independencia, tanto en la gestión de su propia agenda como en su relación con los clientes. Esto no contradice el hecho que todos los vendedores deben ser debidamente supervisados por los responsables del departamento comercial.

HABILIDADES PERSONALES DE VENTA

Saber escuchar: Un vendedor que escucha, puede identificar mejor las necesidades y deseos de su cliente, y así enfocar mejor su venta. Por si fuera poco, un cliente que reconoce que su promotor lo escucha, tiende a establecer mejores relaciones con este. Un buen oído vale por un 40% de las habilidades de un buen agente de ventas.

Saber comunicar: La venta es siempre un proceso de diálogo y su éxito depende de cuán bien sepa el vendedor presentar las potencialidades del producto o servicio. El agente de ventas debe poseer un buen comando del lenguaje y una voz articulada.

Persistencia y actitud positiva: Un vendedor no puede rendirse fácilmente, debe entender que la acción de ventas no es tarea sencilla. Además, en un mundo que cambia tan rápido, el agente de ventas necesita mantener una mente abierta para aprender constantemente y una actitud flexible.

Sinceridad y honestidad: Hacer trampas está contraindicado. Por el contrario, los vendedores deben hacer el máximo para entender los requerimientos de cliente y facilitarles la mejor solución. Un buen agente de ventas es aquel que no esconde una verdad sobre algo que puede ser perjudicial a los consumidores.

Un ego mayúsculo: Esta alta autoestima y seguridad en sí mismo es lo que le permite al agente recuperarse pronto luego de un rechazo. Un buen agente sabe que no puede gustarle a todo el mundo, pero sí necesita ser autocrítico para aprender de sus errores y seguir adelante con la experiencia ganada.

Energía y entusiasmo: Dado que el fin último es lograr la venta, las personas con estas características tienden a atraer más la atención de los clientes potenciales.

Mucha paciencia: Es parte del proceso tener que explicar los pormenores del producto o servicio a un consumidor, además de cómo se realizará la venta, y las garantías, etc. Se requiere mucha paciencia para repetir una y otra vez este proceso, y siempre con cara amable.

HABILIDADES DE COMUNICACIÓN.

Las habilidades de comunicación, se refieren a la capacidad para enviar, recibir, elabora y emitir información, ideas, opiniones y actitudes de primera calidad y orientadas hacia objetivos personales y organizacionales. Para llevar a cabo adecuadamente sus actividades los administradores deben poseer al menos las habilidades básicas de la comunicación oral, escrita y no verbal, relacionadas con: la comunicación con los clientes, la comunicación con sus subalternos, la comunicación con sus superiores, con los medios, la sensibilidad a diferencias culturales, entre otras.

- Las habilidades de comunicación **no verbal** se refieren al uso de expresiones faciales, movimientos y lenguaje corporal para la transmisión de un significado.
- Las habilidades de **comunicación verbal** se refieren tanto a los mensajes **orales** que se utilizan con mayor frecuencia y tiene lugar en encuentros personales y conversaciones telefónicas, como a los mensajes **escritos**, que se transmiten con diferentes modalidades
- La comunicación se encuentra inmersa en todas las actividades de los administradores, relacionándose íntimamente con el desempeño de estas.

HABILIDADES DE CONOCIMIENTO.

El conocimiento es la comprensión teórica de un tema. Es lo que has aprendido a través de la educación o la experiencia laboral. Por tanto estas habilidades del conocimiento son aquellas que se centran en el entendimiento de temas específicos, procedimientos e información necesaria para realizar tareas específicas. Se adquieren a través de la educación, la formación, la capacitación y el trabajo.

El **conocimiento** se centra en la comprensión de conceptos. Es teórico y no práctico. Un individuo puede tener una comprensión de un tema o herramienta o algún conocimiento de libro de texto de la misma, pero no tiene experiencia en su aplicación. Por ejemplo, alguien podría haber leído cientos de artículos sobre salud y nutrición, muchos de ellos en revistas científicas, pero eso no significa que esa persona esté capacitada para dar consejos sobre nutrición.

Las **habilidades** son las capacidades o competencias desarrolladas a través de la formación o la experiencia práctica. Las habilidades son la aplicación práctica de los conocimientos teóricos. Alguien puede tomar un curso sobre inversión en futuros financieros, y por lo tanto tiene conocimiento de ello. Pero adquirir experiencia en el comercio de estos instrumentos añade habilidades

Ahora que hemos entendido el concepto anterior podemos definir que las habilidades del conocimiento son la forma en la que comprendemos conceptos. Son un tipo de habilidades teóricas y no prácticas.

Desarrollo de habilidades del conocimiento

Los conocimientos y habilidades se desarrollan mejor a través de actividades de formación que incorporan el aprendizaje teórico y la aplicación práctica de conceptos y herramientas clave. Por ejemplo, una persona que quiere ser director de proyecto debe entender los conceptos clave de ese papel, como el alcance, el plan de la estructura del proyecto y el camino crítico, pero también debe adquirir experiencia en la incorporación de elementos de esos conceptos en un proyecto real.

Fortalecer las habilidades naturales es principalmente un reto de coaching. La observación, la retroalimentación y el mejoramiento se pueden aplicar para nutrir las habilidades.

CONCLUSION.

Desarrollar, acrecentar y administrar ordenadamente y en forma permanente una cartera de oportunidades calificadas (potenciales compradores o prospectos) que le permita desarrollar una gestión “cara a cara” altamente productiva de ventas. Esto implica: tener descrito el perfil de potenciales clientes, saber dónde y cómo contactarlos para calificar su verdadero potencial y registrar toda la información en un fichero. Esta actividad se denomina “prospecting” y se puede implementar para cada empresa, sus productos o servicios, así como la modalidad de venta que aplica

Ser un experto en cada uno de sus productos o servicios, lo que significa conocerlos de tal manera que puedan adaptarlos y argumentarlos “a medida” de lo que necesita o le preocupa a cada uno de sus entrevistados. Este conocimiento debe estar complementado con todos los productos o servicios que compiten en su campo de acción, caso contrario no podrá responder a objeciones y, por ello, perderá muchas oportunidades de ventas