

**CUADRO SINOPTICO “GENEREALIDADES  
DEL PROCESO DE VENTA”  
ACCION PROMOCIONAL**

Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

**PRESENTA EL ALUMNO:**

**Leydi Rocxana López Matías**

**GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:**

**6to. Cuatrimestre “D” Administración de Empresas  
Semiescolarizado**

**Frontera Comalapa Chiapas**

**11 de Julio del 2020**



# 1. GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA

## 1.1. LA VENTA PERSONAL COMO HERRAMIENTA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

**1.1.1. 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.

**1.1.2 La venta personal como herramienta de la estrategia de comunicación**

**1.1.2.1. Venta Personal y Comunicación:** Es uno de los elementos del mix promocional y reúne una serie de características que la diferencia frente a las otras formas de comunicación y representa una comunicación interpersonal en dos sentidos.

### Marketing Mix

- Producto
  - Precio
  - Distribución
  - Comunicación
- Venta Personal
  - Publicidad
  - Promoción
  - Patrocinio
  - Relaciones públicas
  - Marketing directo

## 1.2. EL PAPEL DEL VENDEDOR

**1.2.1. Aspectos Específicos del Vendedor:**

- Se transforma en el director de la oferta de valor para el 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

**1.2.2. Factores Identificados del Vendedor:**

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

## 1.3. RELACIONES EN EL CONTEXTO DE LA VENTA PERSONAL

**1.3.1. La Venta Relacional:** Se define la venta de relaciones como un proceso multietapa que enfatiza la personalización y la empatía como ingredientes clave en la identificación de clientes potenciales, desarrollándolos como clientes reales, manteniéndolos satisfechos.