

**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.