

Cuadro sinóptico

Acción promocional
Lic. Icel Bernardo Lepe Arriaga

PRESENTA EL ALUMNO:

Eduardo de la Cruz Gerónimo

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

**6to cuatrimestre “D” licenciatura en
administración de empresa**

Frontera Comalapa, Chiapas

11 de julio del 2020.

Generalidades del proceso de Venta.

La venta personal como herramienta de la 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 se enmarca dentro de la estrategia de marketing mix, siendo una de las variables de comunicación junto a la publicidad, la promoción de ventas, el patrimonio, las relaciones públicas y el marketing directo. 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; y ello como

EL papel del vendedor

El papel del vendedor está cambiando como consecuencia de la aparición de nuevas ideas y prácticas de marketing, y este nuevo papel incluye determinados aspectos específicos.

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.

Relaciones en el Contexto de la venta personal.

Se defienden enfoques de ventas orientados a la relación dentro de un ámbito temporal más amplio. Así, desde la década de los noventa, se adoptan enfoques relacionales en el ámbito de la venta.

La venta Relacional

Venta de relaciones en una de sus actividades de valor, la venta. Así pues, la aparición de un marketing de relaciones ha provocado, a su vez, la de una venta de relaciones.

Habilidades en La venta

Es consciente de las implicaciones que tiene el trabajo del vendedor y del director de ventas. Así, el concepto y el enfoque actual de ventas conllevan el desarrollo de una serie de actividades

HABILIDADES DE CONOCIMIENTO

- 1) Conocimiento del producto.
- 2) Conocimiento de la empresa.
- 3) Conocimiento de la competencia
- 4) Conocimiento de los clientes.