

**“ACCIÓN PROMOCIONAL”**  
**“GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA”**  
LIC. Icel Bernardo Lepe

**PRESENTA LA ALUMNA:**

**Adriana Monjaras Pérez**

**GRUPO, SEMESTRE Y MODALIDAD**

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

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

**GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA**

**LA VENTA PERSONAL COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

- Es una forma de comunicar un mensaje, destinado a conseguir una reacción determinada del receptor
- Es la herramienta más eficaz en ciertas etapas del proceso de compra, particularmente en la creación de preferencia, convicción y acción del
- Una de las principales acciones antes de realizar la venta es **Planear** para obtener resultados positivos, en la negociación

**LA VENTA PERSONAL Y COMUNICACIÓN**

- Es un tipo de comunicación interpersonal, donde de forma directa y personal se mantiene una comunicación oral entre vendedor y comprador.
- Es importante el carácter interactivo de la comunicación, porque permite transmitir determinada información y recibir de forma inmediata y simultánea la respuesta del destinatario de la información
- El objetivo principal de este tipo de promoción es informar a un comprador de las características de un producto o servicio y argumentar y convencerle de que adquiera este producto

**EL PAPEL DEL VENDEDOR**

- No se limita simplemente a vender y brindar el servicio al cliente, sino que su tarea incluye un conjunto amplio de actividades que le permiten lograr determinados objetivos
- Un buen vendedor se encarga de establecer un nexo entre el cliente y la empresa; contribuye en la resolución de problemas o conflictos; administra adecuadamente su zona de ventas; y se integra a las diferentes actividades de marketing que lleva adelante la empresa que representa.
- Atraer nuevos clientes; mantener a los clientes actuales; conocer en profundidad todos los productos y servicios que ofrece la empresa; conocer el mercado y la competencia; administrar de manera eficiente su cartera de clientes; y formarse constantemente para actualizar sus técnicas y estrategias de venta.

**RELACIONES EN EL CONTEXTO DE LA VENTA PERSONAL.**

- Se centra en **crear una confianza** mutua entre comprador y vendedor a fin de ofrecer al primero beneficios anticipados, a **largo plazo** y de valor añadido. Donde la finalidad última es mantener **clientes estables y conseguir su fidelidad.**
- Ventajas. Se centra en las necesidades reales de los posibles compradores, Se basa en la confianza, Desarrolla las habilidades de escucha del vendedor, Dota de credibilidad el vendedor delante del comprador, Facilita la comunicación, Crea una menor resistencia, Favorece en última instancia la venta

**LA VENTA RELACIONAL**

- Se centra en las **diferentes etapas que recorren las empresas en su búsqueda por encontrar clientes potenciales** y después mantenerlos e, incluso, desarrollarlos.
- La clave de esta estrategia es que surja una **confianza bidireccional entre el cliente y una marca** de tal forma que los negocios se puedan **anticipar a los deseos** que les van a plantear sus clientes y, de esta manera, se pueda forjar una relación a largo plazo en la que un consumidor se sienta plenamente identificado con un producto.
- Las empresas que logran esto suelen estar asentadas en el mercado. Descubre más acerca de este término y muchos más con los servicios.



