

ACCION PROMOSIONAL

CATEDRATICO:

LI. ICEL BERNARDO LEPE ARRIAGA

TRABAJO:

CUADRO SINOPTICO

TEMA:

GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTAS

PRESENTA EL ALUMNO:

OSMAR AGDIMAEEL SOLIS CARBAJAL

GRADO, GRUPO y MODALIDAD:

6TO CUATRIMESTRE GRUPO "D"

DOMINGOS

FECHA: 12/07/2020

FRONTERA COMALAPA CHIAPAS, MEXICO

GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTAS

La venta personal ha sido considerada como un área de estudio de segundo nivel. Debe entenderse como una herramienta de la estrategia de comunicación.

VENTA PERSONAL COMO HERRAMIENTA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACION

Representa una de las herramientas para la comunicación de marketing de la empresa. Se definirá tanto el concepto de venta personal como las funciones que desempeñan los vendedores y los directores de ventas.

VENTA PERSONAL Y COMUNICACIÓN

Se enmarca dentro de la estrategia de marketing mix, siendo una de las variables de comunicación junto a la publicidad, la promoción de ventas, al patrimonio, las relaciones publicas y el marketing directo

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 con responsabilidad.

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.

RELACIONES EN EL CONTEXTO DE LA VENTA PERSONAL

De un tiempo a esta parte, se observa un crecimiento preocupación de las empresas por mantener y retener a sus clientes. Atrás quedo el interés por conseguir ventas en corto plazo o, lo que es lo mismo, en responder a una orientación a la transacción.

LA VENTA RELACIONAL

Como consecuencia de la asunción de la orientación al marketing de relaciones por parte de la compañía, surge el concepto de venta de relaciones en una de sus actividades de valor, la venta.