

**UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

**CAMPUS COMALAPA**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**GRADO: SEXTO CUATRIMESTRE GRUPO: "D"**

**TEMA: HABILIDAD DE VENTA PERSONAL**

**NOMBRE DEL CATEDRÁTICA: ICEL BERNARDO LEPE  
ARRIAGA**

**NOMBRE DEL ALUMNO: MARTINEZ LOPEZ YORDI JOSE**

**MODALIDAD: SEMIESCOLARIZADO.**

**FRONTERA COMALAPA, CHIAPAS.**

**19 DE JULIO DEL 2020**

## INTRODUCCION

Pues como bien sabemos el tema se llama habilidades en la venta pues más que nada son las habilidades del trabajador bien dicho personal y como se desarrolla sus habilidades a la hora de ofrecer un producto o servicio

## DESARROLLO

### **Habilidades en La venta.**

Llegados a este punto, se 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. En la mayoría de los casos, para la realización de estas actividades es necesario que tanto vendedor como director pose ciertas habilidades.

### **Habilidad Personal de venta.**

Para que el vendedor lleve a cabo las labores que tiene asignadas, se requiere que posea ciertas habilidades de comunicación y de conocimiento que se comentan a continuación.

### **Habilidad de Comunicación.**

La comunicación facilita el establecimiento y el desarrollo de las relaciones sociales. Es más, en todo proceso de ventas, el vendedor se comunica con los clientes tanto a través de signos verbales, como mediante un conjunto de símbolos no verbales, tales como expresiones, gestos, posturas, imagen personal, El vendedor deberá desarrollar su comunicación de forma adecuada, sirviéndose tanto de habilidades para la comunicación verbal como de signos no verbales. No en vano se afirma que el 80% de la comunicación interpersonal es de naturaleza no verbal. Asimismo, el vendedor debe conocer el estilo de comunicación del cliente, de la persona a la que se dirige, con el fin de evitar que se produzcan sesgos de comunicación. El estilo de comunicación de un individuo es aquel patrón de comportamiento que perciben las personas que se comunican con él. Así, se puede producir un sesgo de estilo de comunicación cuando el vendedor entra en contacto con un cliente cuyo estilo de comunicación es muy distinto del suyo.

Si el vendedor identifica el estilo de comunicación del cliente, y trata de adaptarse a él, podrá evitar la aparición de tensiones, lo que redundará en el desarrollo de un proceso de venta más beneficioso para ambas partes.

### **Comunicación no Verbal.**

La comunicación no verbal se compone de las actitudes y mensajes que no se expresan con palabras, pero que pueden entenderse a través de la forma de hablar, mirar, gestos, posturas, y nos dan idea del pensamiento o reacción de las personas. La postura: Es el elemento más fácil de observar y de interpretar. Podemos concluir si está cómodo con nuestra presencia postura natural no forzada o por el contrario está a la defensiva piernas o brazos cruzados.

**La expresión:** La cara suele reflejar el estado anímico de las personas inquietud, temor, confianza, alegría.

**La ubicación:** Cuando tenemos a dos personas con quien comunicar es importante no ubicarse en medio, ya que nos será difícil controlar a la hora de ver los gestos, miradas.

**Los gestos:** La gesticulación es uno de los elementos más característicos de cada persona.

### **Habilidad de Conocimiento.**

Para realizar de manera más efectiva su trabajo, el vendedor también debe desarrollar habilidades de conocimiento. Éstas le habrán de permitir un mayor y mejor conocimiento de su empresa, del producto que comercializa, de su clientela y de la competencia. Conocimiento que el vendedor tenga del producto deberá satisfacer y rebasar las expectativas del cliente.

- Desarrollo y aplicaciones del producto
- Procesos de mejora de la calidad

## **CONCLUSION**

Pues un tema muy extenso en el cual supimos bien las habilidades del vendedor o bien dicho personal porque la persona es la encargada de vender los productos y dependiendo a sus habilidades del vendedor puede convencer a el comprador a comprar su producto