

GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA

**ACCION PROMOCIONAL
ICEL BERNARDO LEPE**

PRESENTA EL ALUMNO:

VICTOR MANUEL CÀRDENAS GORDILLO

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6TO CUATRIMESTRE “D” ADMINISTRACIÓN

Frontera Comalapa, Chiapas

12/07/2020

GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTAS

LA VENTA PERSONAL COMO ESTRATEGIA

es una herramienta de comunicación individual y personalizada, que permite una intensa interacción entre vendedor y cliente.

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 consecuencia del trato directo y personal con el cliente.

EL PAPEL DEL VENDEDOR

Se transforma en el director de la oferta de valor para el cliente, con la responsabilidad de determinar cuáles son los componentes de ese valor total para cada 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.

Relaciones en el Contexto de la venta personal

Atrás quedó el interés por conseguir ventas en el corto plazo o, lo que es lo mismo, en responder a una orientación a la transacción. Actualmente, se defienden enfoques de ventas orientados a la relación dentro de un ámbito temporal más amplio

LA VENTA RELACIONAL

la aparición de un marketing de relaciones ha provocado, a su vez, la de una venta de relaciones.

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, y manteniéndolos satisfechos.