

Mercadotecnia nutricional.

- 
- Unidad 2 actividad 1
 - Nutrición.
 - 8to cuatrimestre
 - Kevin Jasiel Cruz Rios
- 

Introducción.

Las ventas siendo importante tanto para personas que tienen negocios propios o para empresas, se debe considerar diversas estrategias para conseguir nuevos clientes, o formular acciones de ventas indispensables para diversos clientes, además que es importante considerar las acciones y leyes por parte de la profeco para el cuidado de los clientes entre otros temas que se encuentran en el siguiente ensayo.

Desarrollo.

Cada día las personas buscan diversas maneras de solventar sus gastos mediante diversos tipos de trabajos específicamente enfocándose en ventas donde los distribuidores hacen llegar los bienes y servicios a los intermediarios que posteriormente lanzarán a la venta. Existen diversas empresas donde se enfocan en las ventas siendo así la utilización de recursos económicos para realizar publicidad que en ciertas ocasiones suelen ser de alto costo además de tener una cierta cantidad de empleados que realicen las ventas para lograr los objetivos esperados por parte de la empresa, tal es el claro ejemplo de la empresa AVON quienes por medio de sus catálogos muestran la calidad de sus cosméticos y que además capacitan a sus empleados para realizar de una manera correcta las ventas a realizar. Anteriormente las estrategias que utilizaban para las ventas era que en el cual los vendedores salían de su oficina para traer consigo contratos firmados, pero con el paso de los años se dejó de realizar esta práctica debido a que no era la forma de vender que llegara a ser factible para llegar a enseñar o repetir es decir que no se provechaba o lograba toda la fuerza que se requería para las ventas o para llegar a capacitar a nuevos vendedores cuando se contrataba, básicamente las acciones formales de las ventas permitían que las empresas obtengan su fuerza de ventas al capacitar a los vendedores en cómo realizar de buena

manera las ventas. Los gerentes por su parte deben de conocer la cantidad exacta de personas que salieron a realizar las ventas por la mañana así como también la cantidad de contratos que regresaban en la tarde, en pocas palabras no existía una manera formal en las ventas para poder medir y administrar las fuerzas de venta. Las ventas inadecuadas generaban pérdidas en las ventas, para evitar estas acciones se debía de realizar una manera de vender que esto reflejara la forma en la que el cliente realizara la compra. Cuando llegan a existir otras empresas es decir la competencia, buscan diversas maneras para los clientes solamente consigan los productos que se le vende al cliente siendo importante poder resolver asuntos sobre la marcha de compra-venta. Por otra parte se debe conocer la existencia de diversos tipos de compradores a los que se les conoce como usuario final, director financiero, encargado de una unidad comercial entre otros nombres que reciben otros tipos de clientes. Cada cliente se maneja de diferentes maneras dado a los objetivos personales que maneja cada uno siendo así que llegue a corresponder un vender específico como gerentes de cuentas, especialistas técnicos y analistas financieros siendo factible el objetivo de vender lo requerido. Si hablamos a escalas globales en cuestión de ventas se debe de especificar el conocimiento y con toda la claridad posible sobre las funciones y las mismas responsabilidades de cada miembro del equipo para así poder asegurar el tipo adecuado de vendedor correspondiente a las necesidades del cliente para poder proceder la acción de venta. Para poder realizar una excelente venta se debe seguir ciertas etapas para el proceso adecuado como lo que es: buscar clientes, iniciar la relación, calificar al cliente en perspectiva, presentar el mensaje de la venta, cerrar la venta y dar servicio a la cuenta, si se lleva a cabo una programa de ventas se debe realizar bajo la inclusión de políticas dado a que garantizan las actividades y estrategias del marketing de la empresa. Es muy importante conseguir día con día nuevos clientes siendo de lo más complicado dado al rechazo

continuo que conlleva esto siendo así que los vendedores empleen importantes fuentes de información para considerar a clientes importantes tal es el caso de agrupaciones sindicales, directorios industriales, guías telefónicas, nuevos proveedores etc. Mediante el telemarketing se puede obtener nuevos clientes mediante llamadas telefónicas, otro medio muy peculiar es mediante el uso del internet creando páginas o anuncios, cuando se llega a un acuerdo de compra-venta se inicia el trato donde se debe de demostrar que la empresa para quien trabajamos llega a tener una mayor influencia o tiene autoridad para iniciar las acciones de compra y que sería también aquel que insista que compre el producto y también generar el interés adecuado para obtener la información requerida sobre el cliente y así saber si vale la pena o no. Los vendedores en general deben tiempo de establecer posibles cuentas donde 1ro se califica al cliente en perspectiva para determinar si vale la pena el cliente donde se investiga principalmente si el cliente en perspectiva necesita el producto o servicio, se puede conseguir que las personas responsables de la compran adquieran tanta conciencia de esa necesidad que logre hacer la venta y si la venta sería rentable para la compañía dado a que si lo clientes no cumplan con estos requisitos no sería nada conveniente poder vender, en si el vendedor debe transmitir la información necesaria con respecto a su producto o el servicio siendo así que logren convencer al prospecto para que se vuelva cliente. Cuando el vendedor logra realizar la venta se debe de continuar con la firma de venta y una vez ya obtenida las firmas se debe proporcionar a los clientes de los diversos y ayuda para poder garantizar su satisfacción y sea un cliente recurrente. Las acciones legales son muy importantes a considerar dado a la alta cantidad de leyes y artículos que abalan o apoyan la protección del consumidor como el artículo 17 donde se menciona que se debe fomentar la permanencia de una cultura de consumo responsable e inteligente siendo así que implica un consumo consiente e inteligente, en el artículo 32

menciona que la información o la publicidad relativa a bienes, productos o servicios que se llegue a difundir por cualquier medio o forma deberán ser veraces, comprobables y exentos de textos, diálogos, sonidos, imágenes, marcas, denominaciones y otras descripciones que lleguen a ser engañosas, en el artículo 35 menciona ordena al proveedor que suspenda la información o publicidad que viole las disposiciones de esta ley y en su caso al medio que lo difunda, en el artículo 22 fracción 1, 2 y 3 nos hace mención que la publicidad no deberá inducir o promover hábitos de alimentación nocivo para la salud, afirmar que el producto llena por si solo los requerimientos nutricionales del ser humano ni atribuir a los alimentos industrializados un valor nutritivo superior o distinto al que tengan estos y entre otros artículos además de segmentos son muy importantes dado a la prevalencia de la salud de los clientes, esto se debe a que en estudios previos por parte de la FAO menciona que el 32.8% de la población mexicana sufre de obesidad dado al incremento de alimentos de alto valor calórico pero de bajo valor nutricional, siendo importante conllevar estas cifras ya que la obesidad es precursora de enfermedades crónicas degenerativas transmisibles y no transmisibles como es el caso de la diabetes mellitus que afecta a un 9.2% de la población cada año, siendo que el mismo gobierno federal busque estrategias para la prevención y control de la obesidad y la diabetes específicamente donde la estrategia utilizada es mediante 3 pilares esenciales como la salud pública, la atención médica y a regulación sanitaria donde con la ayuda de la COFEPRIS se realiza el etiquetado frontal nutricional señalando la cantidad de nutrientes que contiene específicamente denotando los macronutrientes y la cantidad de energía que proporciona, exentando otros tipos de etiquetados con información poco verídica o formales como el enunciado: vinagre fermentados y sucedáneos o con demasiada información.

Conclusión.

Estos datos recolectados en el breve ensayo es importante retomarlos en el acto de ventas de algún producto o servicio dado a que las acciones por parte de los derechos del consumidor han sido cada vez más estrictos asiendo entonces que se tomar en cuenta las actualizaciones que se van realizando e inclusive las estrategias de ventas van mejorando y comprender así que se debe estar actualizando día con día.