

PROCESO DE VENTA PERSONAL



filosofía de
ventas
personales

adopción del concepto
de marketing en la
esfera de las ventas.

estrategia de
relaciones

el vendedor
adopta un
enfoque de doble
ganancia

estrategia de
producto

se centra en ofrecer
al cliente los
beneficios que
reporta el uso del
mismo.

estrategia de
cliente

dedicada a
prestar a éste un
servicio
adecuado.

estrategia de
presentación

se prepara
para su
encuentro con
el cliente.

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.

DIRECTOR

- Colaborar con el director de marketing en la toma de decisiones y la realización de tareas que son de su competencia
- Establecer los objetivos y cuotas de venta del equipo de ventas.
- Gestionar el territorio de ventas
- Organizar al equipo de ventas seleccionando al jefe de equipo y vendedores que lo integrarán
- Participar en la preparación de las visitas de ventas que habrán de realizar los vendedores.
- Diseñar el servicio posventa que se prestará al cliente
- Evaluar y controlar la actuación de la red de ventas.

