



**Universidad del
sureste**



ACCION PROMOCIONAL

**Mapa Conceptual
Gómez Espinosa Nadia Arely**

6° Cuatrimestre

**JESSICA ALEJANDRA
VELAZQUEZ CORTEZ**

**Tuxtla Gutiérrez, Chiapa
03-07 -2021**

Venta personal

```
graph TD; A[Venta personal] --> B[Filosofía de ventas personales]; A --> C[Estrategia de relaciones]; A --> D[Estrategia de producto]; A --> E[Estrategia de cliente]; A --> F[Estrategia de presentación];
```

Filosofía de ventas personales

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

Estrategia de relaciones

Por la que el vendedor adopta un enfoque de doble ganancia ("yo gano, tú ganas")

Estrategia de producto

Por la que 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

Por la que se prepara para su encuentro con el cliente

VENTA PERSONAL

Vendedor

¿Que es?

se le llama a aquella persona que tiene la tarea de ofrecer y comercializar un producto o servicio a cambio de dinero

Función

Función de ventas

Planificar actividades de venta

Buscar contactos y visitar a los clientes potenciales

Preparar y ejecutar presentaciones de ventas

Trabajar con otros

Pedidos

Resolver

Redactar

Expedir

Al servicio del producto

Producto

Comprender como funciona

Manejarlo

Informar a los clientes

Dirigir la información

Ofrecer

Información técnica

Realimentación

Al servicio del cliente

Hacer inventarios

Ayudar con el producto

Asistencia a conferencias/reuniones

Conferencias de ventas

Reuniones de vendedores

Reclutamiento/formación

Anuevos vendedores

Diversiones

Invitar a los clientes a comidas y acontecimientos sociales

Viajes

Fuera de la ciudad

Distribución

Establecer relaciones

Vender

Director de ventas

¿Que es?

Es el encargado de liderar al equipo de ventas guiándoles para alcanzar los objetivos de la empresa

Establecer los objetivos y cuotas de venta del equipo de ventas

Colaborar con el director de marketing en la toma de decisiones y la realización de tareas que son de su competencia

Gestionar el territorio de ventas determinando el tamaño de la fuerza de ventas

Organizar al equipo de ventas seleccionando a los jefes 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