



Nombre del alumno: ARACELY MATIAS DIAZ

Nombre del profesor: ICEL BERNARDO LEPE

Nombre del trabajo: GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA

Materia: ACCIÓN PROMOCIONAL

Grado: SEXTO CUATRIMESTRE

Grupo: "A"

Frontera Comalapa, Chiapas a 11 de Julio de 2021.

GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTAS

La venta personal es una oportunidad única en la que, además de un acercamiento más humano, es posible demostrar los beneficios del producto. Además, el cliente tiene la oportunidad de hacer preguntas, y el vendedor se ocupa de cualquier preocupación que tenga sobre el producto.

La venta personal como estrategia de comunicación.

Las **ventas personales** son la única herramienta de la promoción que permite establecer una comunicación directa con los clientes actuales y potenciales mediante la fuerza de ventas de la empresa, la cual:

- 1) realiza presentaciones de ventas para relacionar los beneficios que brindan los productos y servicios con las necesidades y deseos de los clientes,
- 2) brinda asesoramiento personalizado y
- 3) genera relaciones personales a corto y largo plazo con ellos. Todo esto, para lograr situaciones en la que los clientes realizan la compra del producto o servicio que la empresa comercializa.

- **Según Lamb, Hair y McDaniel**, las ventas personales son "la comunicación directa entre un representante de ventas y uno o más compradores potenciales, en un intento de relacionarse unos a otros en una situación de compra".
- **Kotler y Armstrong**, definen las ventas personales como la "presentación personal que realiza la fuerza de ventas de la empresa con el fin de efectuar una venta y cultivar relaciones con los clientes".
- **Para Richard L. Sandhusen**, "las ventas personales incluyen presentaciones de ventas cara a cara entre intermediarios, clientes y prospectos. Generan relaciones personales a corto y a largo plazo que agregan convicción persuasiva a las presentaciones de ventas que relacionan los productos y servicios con las necesidades del comprador".

La venta Personal y comunicación.

La venta personal es un tipo de comunicación interpersonal, donde de forma directa y personal se mantiene una comunicación oral entre vendedor y comprador. Es importante el carácter interactivo de la comunicación, porque permite transmitir determinada información y recibir de forma inmediata y simultánea la respuesta del destinatario de la información.

El objetivo principal de este tipo de promoción es informar a un comprador de las características de un producto o servicio y argumentar y convencerle de que adquiera este producto.

El papel del vendedor.

El vendedor desempeña un papel muy importante en el proceso de la venta personal, sobre todo porque el acto de la venta es más complejo que únicamente una acción comercial.

En la venta confluyen aspectos sociales, personalidades, actitudes, percepciones, expectativas y acciones que se desarrollan, y que para concluir de forma exitosa requieren de una adecuada integración entre el vendedor y el comprador.

El vendedor debe contar con unos atributos mínimos necesarios. Otros, de diferente forma pueden desarrollarse a través de la capacitación y el entrenamiento para poder interactuar fluidamente con el comprador.

Relaciones en el contexto de la venta personal.

La venta relacional.

El vendedor relacional o consultivo no es el que más habla. Es el que habla lo necesario en el momento preciso. Toda metodología de venta consultiva o de venta relacional se basa en un concepto clave. Como es el entendimiento claro y concreto de la necesidad. O la razón que puede llevar a una persona o una empresa a comprar o contratar un producto o servicio.

“uno de los rasgos distintivos tácticos para asegurar y construir aquellas relaciones que se hallan implícitas en un marketing de relaciones, estando caracterizada por una orientación a largo plazo, la existencia de una confianza, y por actividades de servicio al cliente y de obtención de información acerca de clientes y competidores.”

Jobber y Lancaster, 1997, pág. 157.

Habilidad en la venta.

Este tipo de habilidades, a diferencia de las habilidades personales, pueden irse desarrollando con esfuerzo, disciplina y el apoyo de la empresa. Entre las principales habilidades para las ventas, se encuentran:

1. Habilidad para encontrar clientes
2. Habilidad para generar y cultivar relaciones con los clientes
3. Habilidad para determinar las necesidades y deseos de los clientes
4. Habilidad para hacer presentaciones de venta eficaces
5. Habilidad para cerrar la venta
6. Habilidad para brindar servicios posventa
7. Habilidad para retroalimentar a la empresa de lo que sucede en el mercado.

Habilidades personales de venta.

Estas habilidades son parte de lo que es la persona, por tanto, es indispensable que el vendedor las posea al momento de ingresar a la empresa. Entre las principales habilidades personales, se encuentran:

- **Saber Escuchar:** O capacidad de atender a lo que dicen los clientes además de comprender lo que en realidad quieren expresar o manifestar.
- **Tener Buena Memoria:** Es decir, tener la facultad de recordar, por ejemplo, las características, ventajas y beneficios de los productos que se representan, los nombres de los clientes, las instrucciones de los superiores, las políticas de venta de la empresa, etc.
- **Ser Creativo:** Implica tener la capacidad de brindar buenas ideas en los momentos en que se las necesita, por ejemplo, para abordar a un cliente potencial, cerrar una venta con un cliente difícil, etc.

- **Tener Espíritu de Equipo:** Es decir, ser accesible y estar siempre dispuesto a colaborar con los demás.
- **Ser Auto disciplinado:** O tener la capacidad de realizar algo sin necesidad de ser controlado o supervisado por otras personas.
- **Tener Tacto:** Es decir, tener la destreza para decir o hacer algo que es necesario sin ofender a la otra parte (por ejemplo, a los clientes), pero al mismo tiempo, sin dejar que ellos saquen ventaja de la situación.
- **Tener Facilidad de Palabra:** Consiste en saber cómo decir las cosas de forma apropiada y coherente.
- **Poseer Empatía:** Implica tener la facilidad de sentir una situación o sentimiento de la otra parte (por ejemplo, de los clientes) como si fuera propia. Dicho en otras palabras, consiste en ponerse en el lugar de otros.

Habilidades de comunicación.

- **Prestar toda la atención:** Tienes que dedicar el 100% de tu atención a cada acción, sin perder detalle.
- **Practicar la escucha activa:** No sólo tienes que escuchar, tienes que escuchar de forma activa, de lo contrario tu conversación no irá a parte alguna.
- **Leer el lenguaje corporal y controlar el propio:** La misma frase dicha por alguien que sonrío, mirando directamente a los ojos, se recibe muy diferente que cuando estás mirando a lo lejos y con los hombros caídos.
- **Dominar los matices del tono de voz:** Tu tono de voz, volumen, velocidad e incluso tu elección de palabras afecta a cómo se interpretan lo que estás diciendo realmente.
- **Ser empático:** No necesariamente tienes que estar de acuerdo con todo lo que oyes, pero por lo menos debes tratar de ver las cosas desde su punto de vista.

Habilidades de Conocimiento.

Otra de las cualidades indispensables que debe tener el vendedor está relacionado con los conocimientos (todo aquello que sabe, conoce y entiende) que son necesarios para que desempeñe apropiadamente sus funciones. En ese sentido, el vendedor necesita tener los siguientes conocimientos:

- **Conocimiento de la empresa:** Su historia, misión, normas y políticas de venta, productos que comercializa, servicios que presta, opciones de pago que brinda a sus clientes, tiempos de entrega, localización de sus oficinas y sucursales, etc.
- **Conocimiento de los productos y servicios:** Sus características (usos, aplicaciones, diseño, tamaño, color, etc.), ventajas (fortalezas con relación a otros similares de la competencia) y beneficios (lo que el cliente obtiene en realidad al poseer el producto).
- **Conocimiento del mercado:** Implica saber quiénes son los clientes actuales y potenciales, cuáles son los competidores, quién es el líder del mercado, cuáles son los precios promedios, qué ofertas (descuentos, bonificaciones u otros) son las que tienen mayor impacto o están en vigencia.

En **conclusión**, las ventas personales, es decir de persona a persona, son las más convenientes, ya que permiten adaptar la presentación que el vendedor haga, dependiendo las necesidades del cliente, al igual que aseguran la venta real del producto. El producto se venderá más si todas las partes están contentas, tanto el cliente como los empleados y empresarios. La administración de las ventas es una tarea muy difícil, que cuenta con actividades que deben realizarse para mejorar las ventas del producto.

<http://www.monografias.com/trabajos/alcancefuncom/alcancefuncom.shtml>

<https://www.sistemaimpuls.com/blog/ventas-relacionales-y-estrategicas-saber-escuchar-es-clave-para-el-exito/>

<https://www.promonegocios.net/venta/perfil-vendedor.html>