



ACCION PROMOCIONAL

Mapa Conceptual



Unidad III

Relaciones en el Contexto de la venta personal

La venta Relacional

observa

preocupación de las empresas por mantener y retener a sus clientes actuales

se adoptan enfoques relacionales en el ámbito de la venta.

centra en las diferentes etapas que recorren las empresas en su búsqueda por encontrar clientes potenciales y después mantenerlos e, incluso, desarrollarlos.

confianza bidireccional entre el cliente y una marca de tal forma que los negocios se puedan anticipar a los deseos.

Se realiza tras una planificación previa, y en la que se han tenido en cuenta todos los factores que configuran esa adquisición.

En este sentido, factores como el precio, la calidad, la necesidad de la compra, las ventajas y los inconvenientes de la misma, etc.