



MATERIA: ACCION PROMOSIONAL

PROFESOR: JUAN JESUS AGUSTIN GUZMAN

ALUMNO: ERNESTO MARTINEZ ESPINOSA

ACTIVIDAD : ENSAYO



Habilidad en la venta

El tener habilidades en venta es como atender clientes, argumentar o diferenciar productos/servicios, convencer compradores, diferenciarse del mercado, cumplir cuotas de contacto o ventas, hacer crecer una organización, no solo involucra la actitud, el conocimiento y las ganas de hacer las labores propias del cargo, se requiere una mente abierta y una continua preparación, acorde a los procesos evolutivos que permanentemente sufre el entorno económico en el cual se desempeña la actividad comercial, especialmente en mercados altamente competitivos y de alta exigencia por parte de los consumidores y compradores.

La comunicación no verbal se compone de las actitudes y mensajes que no se expresan con palabras, pero que pueden entenderse a través de la forma de hablar, mirar, gestos, posturas, y nos dan idea del pensamiento o reacción de las personas. Las habilidades de conocimiento son aquellas que se centran en el entendimiento de temas específicos, procedimientos e información necesaria para realizar tareas específicas. Se adquieren a través de la educación, la formación, la capacitación y el trabajo.

Las habilidades comunicativas son todas aquellas que nos permiten comunicarnos con otras personas con exactitud, eficacia y mostrando nuestro nivel de competencias y destrezas con respecto a un determinado asunto. Existen muchas habilidades comunicativas que podemos entrenar y practicar hasta dominarlas.

- 1.Capacidad de escucha

La empatía y la preocupación real por las necesidades del cliente en cada una de las fases de captación, conversión y fidelización distingue a un buen profesional de las ventas del que no lo es. Vender por vender, o colocar con calzador tu producto o servicio genera rechazo al cliente potencial facilita la retención.

- Dotes de comunicación

Escuchar las necesidades de tu cliente abre la puerta a una buena comunicación. La forma en que transmites tu servicio o producto es un factor determinante en el cierre de la venta. Por ello, debes emplearte bien en la eficacia y precisión de tus mensajes para procurar una relación con tu cliente duradera y de calidad.

- Capacidad de aprendizaje

La relación con cada cliente es un mundo. Aprender de cada negociación, tanto de las que culminan en éxito como de las que fracasan, te otorga un bagaje valioso para encarar la relación con los clientes potenciales. Convierte los noes que recibes en la negociación para detectar las debilidades del producto o servicio o las principales reticencias del cliente y así saber reaccionar ante las objeciones.

- Seguridad en tu servicio o producto

Este tercer punto, más que una habilidad, es una actitud de gran valor en la negociación y en la comunicación que estableces con tu cliente. La confianza y la credibilidad se gana mostrándote seguro de ti mismo y, por supuesto, del producto o servicio que tratas de vender. Es fundamental tener seguridad a la hora de justificar el precio.

- Creatividad

Aspectos personales como la originalidad, la creatividad y el carisma atraen al cliente generando un magnetismo y una llamada de atención que allana el camino para la venta. Huye de las técnicas de venta corrientes y opta por la innovación. Conoce los diferentes recursos con los que cuentas en la guía de 99 técnicas de venta publicada por Infoautónomos.

- Motivación y actitud positiva

¿De dónde se obtiene todo lo anterior? La motivación juega a favor de ello junto a la ilusión, el entusiasmo y la energía positiva. Estas actitudes también se entrenan implementando estrategias de motivación para vendedores por ti mismo o recurriendo a los métodos de mentoring y coaching.

- Compromiso post-venta

Ser un buen vendedor es entender que la relación con el cliente no acaba con la venta sino que va más allá. Realiza un seguimiento para conocer el grado de satisfacción del cliente y conseguir así su fidelización. Además si la venta no llegó a realizarse puedes retomar la comunicación para intentarlo de nuevo.

Los consumidores han variado su actitud frente a los vendedores, ya que están más informados, tienen acceso a diferentes fuentes de conocimiento referente a sus necesidades o requerimientos, esperando ser sorprendidos por las propuestas de sus proveedores, lo que hace que el vendedor debe ser un asesor y apoyo en la toma de decisión.

El ejercer las ventas como actividad profesional, implica estar en capacidad de salir a buscar al cliente, con argumentos y elementos que ratifiquen por qué elegir el servicio o producto que se ofrece, manejando una comunicación que se traduzca en seguridad y confianza, consiguiendo acuerdos de ventas y logrando una relación de largo plazo, rentable, sostenible y con recompra.

Estas variables no son el resultado de una personalidad extrovertida, sino de un sistema de ventas que mejora las habilidades comerciales y que se deben aprender y fortificar con la práctica, no de manera metódica y repetitiva, sino un proceso individual en donde el asesor comercial debe visionar su mercado para atender su target con diferenciación.

Bibliografía

- <http://www.pymerang.com/ventas-y-servicio/ventas/estrategia-de-ventas/disenio-de-la-fuerza-de-ventas/475-las-habilidades-mas-preciables-en-las-ventas>
- <https://www.javeriana.edu.co/documents/16817/10380866/Diplo.+HABILIDADES+COMERCIALES+LA+VENTA+APLICADA.pdf/96794f7e-46e3-4934-8b87-bd3f089d1fc7>
- [https://www.rdstation.com/es/ventas/.](https://www.rdstation.com/es/ventas/)