



UNIVERSIDAD DEL SURESTE

Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia

CAMPUS TAPACHULA

ACCION PROMOCIONA

Materia:

ACCION PROMOCIONAL

Docente:

JUAN JESUS AGUSTIN

Integrantes:

Alexis Antonio Velásquez Villatoro

Fecha:

10 de julio del 2022





UNIVERSIDAD DEL SURESTE
Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia

Acción promocional
CAMPUS TAPACHULA

Materia:

Acción promocional

Docente:

Juan JESUS Agustín

Integrantes:

ALEXIS ANTONIO VELASQUEZ VILLATORO

TAREA:

Unidad 3



INTRODUCCION

En este artículo se verán las diferentes formas o las diferentes habilidades de venta que debe tener cada uno de los vendedores para tener mayor número de venta, como también que las habilidades son importantes ya que se debe tener forma de comunicación con los clientes ya que deben tener comunicación tanto verbal como no verbal para tener mayor número de ventas o para saber cómo se debe comunicar ante los clientes para que así no haya disgusto a la hora de comprar o de vender o como deben actuar para que no se haga un mal entendido.

Unidad 3 generalidades del proceso de venta

3.4 habilidades en la venta

En esto se es consciente de las aplicaciones que tiene el trabajo del vendedor y del director de ventas en sí el concepto y el enfoque actual de las ventas estas conllevan al desarrollo de una serie de actividades ya que en las mayorías de los casos se realiza en las realizaciones de las actividades ya que tanto el vendedor como el director deben poseer unas ciertas habilidades.



3.4.1. y 3.4.2 habilidad personal de venta y habilidad de comunicación

La habilidad personal es la que el vendedor lleve a cabo las labores que se le tienen asignadas o las que se le requiera que posea una u otras ciertas habilidades de comunicación y de conocimiento, como también la comunicación facilita el establecimiento y el desarrollo de las relaciones sociales como en todo proceso de ventas el vendedor se comunica con el cliente por medio de los signos verbales, como mediante un conjunto de símbolos, tales como expresiones, gestos, postura e imagen personal, como entre otras cosas. El vendedor debe desarrollar la comunicación de manera adecuada, sirviéndose tanto de los signos verbales y no verbales, como también no en vano esta se afirma que el 80% de la comunicación interpersonal es de la naturaleza no verbal. El estilo de comunicación como de un individuo es aquel patrón de comportamiento que perciben las personas que se comunican con él y si el vendedor identifica al cliente con el estilo de la comunicación del cliente y trata de adaptarse a él ya que esto sirve para evitar la aparición de las tensiones ya que esto redundará en el desarrollo de un proceso de venta más beneficioso.



3.4.2.1 comunicación no verbal

La comunicación no verbal es la que se compone con las actitudes y los mensajes que no se pueden expresar con palabras, pero estas se pueden entenderse a través de la forma de hablar, como también los gestos, mirar, posturas y estas no dan idea del pensamiento o las reacciones de las personas. La postura: este es el elemento más fácil de observar como también de interpretar con esto se puede decir que esta cómodo con nuestra presencia o por lo contrario que está a la ofensiva, la expresión: esta se refleja en la cara o mejor dicho la cara lo suele reflejar en el estado anímico que nos encontramos o que se encuentran las personas, pero con esto se debe tener en cuenta es que hay dos elementos que se debe de tener en cuenta como son la mirada y la sonrisa. En la ubicación: esto se basa que tenemos a dos personas con quien es importante en no ubicarse en medio, ya que será difícil de controlar a la hora de ver los gestos y las miradas, en el contacto: en este se encuentra el apretón de manos ya que esta debe de ser firme, pero no agresivo para no transmitir la intención de dominio. En los gestos: es uno de los elementos más característicos de cada persona. Hay una serie de gestos de un cliente que pueden tener una interpretación muy clara: como son los dedos en la boca hace referencia o se puede interpretar como que se siente presionado, la mano en la barbilla hace referencia que denota a las personas que se está evaluando o como también cuando una persona se tapa la boca con las manos o con algunos dedos con esto se debe de estar muy alerta.



4.3 habilidades de conocimiento

Esta se debe de realizar de manera más efectiva su trabajo, el vendedor también debe desarrollar habilidades de conocimiento. Conocimiento del producto que el vendedor tenga del producto deberá satisfacer y rebasar las expectativas del cliente.

- Desarrollo y aplicaciones del producto
- Procesos de mejora de la calidad
- Selección del producto más acorde a las necesidades del cliente
- Datos y especificaciones para su uso
- Mantenimiento y cuidado
- Precio y entrega.

Conocimiento de la competencia: El vendedor debe conocer a sus competidores, los productos que ofrecen y los resultados que proporcionan. Cuanto más conocimiento tenga de los aspectos contemplados para la empresa en relación con la competencia. Conocimiento del cliente: los clientes deberán permitir al vendedor detectar los deseos y las necesidades que tienen y establecer los beneficios que esperan obtener mediante el consumo de los productos.



En conclusión

El lenguaje en las habilidades de venta es importante ya que con ellos se obtienen mayores resultados tanto como para el cliente como el vendedor ya que ya sabe su función dentro de un sistema que se necesita llevar paso a paso

Bibliografía

promocional, a. (2012). *habilidades de ventas* . México.