



Universidad del sureste. Campus Tapachula.

Acción promocional.

Generalidades del proceso de venta,

Alumno: Alejandro Morales Tapia.

Profesor: Ing. Juan J. Agustín Guzmán.

SEXTO CUATRIMESTRE.

MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA.

Generalidades del proceso de venta.

Prácticamente el proceso de ventas que consiste en un conjunto de fases o más bien etapas por las que toda compañía atraviesa desde que decide comenzar sus labores. Comenzando desde el trabajo de marketing, hasta que se realiza la culminación de un producto o servicio.

El proceso de venta es la sucesión de pasos que una empresa realiza desde el momento en que intenta captar la atención de un potencial cliente hasta que la transacción final se lleva a cabo, es decir, hasta que se consigue una venta efectiva del producto o servicio de la compañía.

3.4 habilidades en la venta.

Los pilares básicos de toda empresa son los vendedores ya que estos son elementos fundamentales ya que ellos son los que principalmente dan la imagen de la empresa hacia el cliente, en este punto enfoca a que es de suma importancia que un buen vendedor cuente con habilidades básicas pero que sean capaces de percibir la atención y lograr convencer a los clientes para que adquieran un producto o servicio, ya que por lógica un vendedor incompetente, incapaz de poder desenvolverse en su medio traerá consigo una respuesta negativa lo cual no es conveniente para la empresa.

3.4.1 habilidad personal de venta.

esto se enfoca a como lo dice el concepto en como te desenvuelves al momento de vender o persuadir a los clientes, consta de tus capacidades como persona, y como las pones en practica por ejemplo hay vendedores que tienen buena capacidad para escuchar a los clientes y saber determinar con facilidad su necesidad, son creativos, pacientes, y este es un punto importante ya que hay muchos que no cuentan con esto y provoca una sensación de incomodidad de parte del cliente, y sobre todo para considerarse buen vendedor hay que tener cierto conocimiento previo acerca de lo que vendes.

3.4.2 Habilidad de comunicación.

La comunicación para todo lo que hagamos es un elemento fundamental, el uso correcto de un buen lenguaje te ayuda a desenvolverte mejor con las personas, logras una mejor comunicación y percepción entre su necesidad y como puedes satisfacerla, un vendedor se comunica a través de signos verbales como ya dijimos la forma en que utiliza su lenguaje y

signos no verbales es decir, el uso de gestos, su imagen personal , postura, esto al igual que el saber hablar hay muchas personas que tradicionalmente se dejan guiar por el aspecto físico y en mi forma de pensar siento que tienen lógica ya que un vendedor que se vea presentable, tenga porte y sobre todo un buen trato al cliente persuade de manera más rápida a uno que no cuente con estos puntos.

3.4.3 Habilidad de conocimiento.

nos menciona que, para lograr una manera mas efectiva en su trabajo, cada vendedor debe desarrollar la capacidad de entender y conocer acerca de lo que está vendiendo de acuerdo a su área, ya que esto permite un mayor conocimiento de la empresa, de los productos que comercializa, la clientela y competencia.

1) Conocimiento del producto.

Es primordial y considerado un elemento básico pues saber que es lo que vendes, que función tiene, como utilizarlo, características etc.

2) conocimiento de la empresa.

Cada personal en las diferentes áreas desde que comienza su labor como trabajador debe tener en claro cuáles son los objetivos de la empresa y que tipo de relación tiene con sus clientes.

3) conocimiento de la competencia.

El vendedor debe conocer cuales son las amenazas de la empresa que labora es decir su competencia como que productos ofrecen, resultados, precios etc, de esta forma el vendedor tiene una idea y puede captar de una forma eficaz la atención del cliente.

4) conocimiento de los clientes.

El conocimiento de los clientes permitirá al vendedor detectar cuales son las necesidades que presentara cada uno de ellos y posteriormente establecer los beneficios que obtendrían si adquieran el consumo del producto.

En conclusión, es importante que toda empresa cuente con su personal capacitado como el tener vendedores eficientes y que sepan percibir y atender las necesidades de los clientes, sumándole a esto buena comunicación, es decir saber desenvolverse en el medio,

incluyendo conocimiento previo de lo que venden, muchas empresas omiten esta parte fundamental y es por ello que luego no se tiene una venta efectiva.

BIBLIOGRAFIA.

Libro acción promocional.

- Arquimides Mayo Rosas (2012). Administración de ventas. Primera edición Mexico red tercer milenio.
- C.H García, C. Maubert (2016) 2° edición Pearson educación.