



Nombre de alumno: Danilo Sánchez Espinoza.

Nombre del profesor: Mireya Del Carmen García Alfonzo.

Nombre del trabajo: Súper Nota.

Materia: Métodos y técnicas de ventas.

Grado: 6° Cuatrimestre.

Grupo: Administración de Empresas.

Ocosingo Chiapas a 16 de Mayo de 2022.

La función de ventas

Hoy en día, las empresas se enfrentan a clientes más exigentes y con demandas más específicas. La globalización ha permeado en las ventas a tal grado que, se requiere plantear estrategias bien definidas para un mercado en donde cada día existe una mayor competencia.

Es el que se tiene como función principal comercializar los bienes o servicios que ofrece la empresa, por conducto de la fuerza de ventas.



La estructura del departamento de ventas por lo general es vertical y horizontal.

- **La estructura vertical:** es la que se da por el nivel jerárquico y las personas que la integran tienen una posición de mandos.
- **En la estructura horizontal:** se ubican personas con una misma posición jerárquica y, por lo tanto, se presenta la comunicación con rapidez.

Las funciones del departamento de ventas se pueden dividir en:

- **Funciones básicas.** Son aquellas esenciales para que el departamento de ventas marche correctamente y se subdividen en:
 - Funciones administrativas:** Consisten en la formulación de normas comerciales, planear, organizar, controlar, valorar la actuación de los vendedores.
 - Funciones operativas:** son las relacionadas con los directores, gerentes y supervisores de ventas. Entre las tareas que ejecutan están las siguientes:
 - ❑ Contratación, supervisión y evaluación de la fuerza de ventas.
 - ❑ Realización de estudios de mercado.
 - ❑ Juntas y reuniones periódicas relacionadas con las ventas.
 - ❑ Organización de promociones comerciales.
- **Organización de la fuerza de ventas: por lo general se dividen en:**
- Funciones técnicas:** las hacen los jefes técnicos y sus colaboradores y se encargan de solucionar los problemas operativos que surgen en el área de ventas.
 - Zonas geográficas.
 - Líneas de productos y servicios.
 - Clientes.
 - Funciones.

Negociación con los grupos de compra. Plantillas comerciales.

La mejor manera de vender un producto o servicio es mediante la negociación; en todas las negociaciones se confrontan intereses de dos partes que en cuestiones comerciales son vendedor y comprador.

Etapas: Una negociación inicia con la planeación, que es importante porque permite definir el entorno en el que se dará la interacción con el cliente.

Los objetivos de la negociación: Un objetivo es una declaración de intenciones. Es el punto deseado a donde se dirigen los recursos o esfuerzos propios. Es aquello que se quiere lograr. Establecer objetivos claros y realistas es un paso sustancial hacia la acción viable

- Los objetivos proporcionan causa y dirección a nuestras energías.
- Los objetivos nos ayudan a descubrir lo que es realmente importante.
- Los objetivos nos ayudan a configurar acciones concretas.

Lugar de la negociación: El lugar puede ser físico, ejemplo: una oficina, un restaurante o una sucursal, pero también puede ser vía telefónica o a través de Internet, ejemplo: a través de un video chat.



El margen de negociación: Es el margen dentro del que se estima cerrar la negociación y para definirlo se debe de determinar lo siguiente:

- Lo mínimo que se está dispuesto a obtener.
- Lo que se desea obtener.
- Lo máximo que se puede lograr.

Información de la contraparte: Obtener información del cliente que pueda ayudar a cerrar una negociación, es básico. Una de las principales reglas de la relación vendedor-cliente, es conocerlo.

Agenda de la negociación: Antes de iniciar el ciclo de la negociación, se definen las reuniones que se tendrán con el cliente y se estima un tiempo aproximado para el cierre. Existen ocasiones en las que las negociaciones llevan meses y si se obtiene un final exitoso, vale la pena darles el seguimiento adecuado, sin embargo, muchas veces las negociaciones que se empiezan a postergar, suelen ser una pérdida de tiempo y recursos.

La gestión de grandes cuentas

DIRECCIÓN DE VENTAS

Bajo el término gestión de cuentas clave se hace alusión a una forma de gestionar las relaciones comerciales con los clientes en entornos B2B, referida particularmente a las relaciones entre fabricantes y distribuidores, en donde el fabricante pone al cliente en el centro de la estrategia en un intento de penetrar en la problemática concreta de los grandes clientes que comercializan sus productos.

El Key Account Management, por tanto, se constituye en una filosofía de gestión comercial que propicia una aproximación al logro de unas relaciones a largo plazo con compradores estratégicos y a la aportación a los mismos de soluciones de valor añadido.



- La gestión de cuentas clave presenta como objetivos básicos:**
- Vender más en cada cliente clave
 - Mejorar la rentabilidad de los clientes o cuentas asignadas
 - Mejorar la distribución ponderada, es decir, la presencia de los productos del fabricante en aquellos establecimientos minoristas que tienen mayor impacto en términos de facturación.
 - Ganar participación en cada cliente, a costa de la competencia
 - Luchar por sus clientes dentro de la compañía
 - Prestar servicio al cliente, para hacer insustituible a ese proveedor/fabricante de cara a su cliente distribuidor

Ingeniería de ventas.



El Ingeniero de Ventas se enfoca en la venta y comercialización de tecnología especializada y dispositivos electrónicos. Por lo general, trabajan para fábricas de bienes tecnológicos o industriales, tales como las correspondientes al área de telecomunicaciones y computación.

Las funciones en el área de Ventas se dividen en dos categorías en base al tipo de cliente, es decir, algunas aplican el enfoque de empresa a empresa (**B2B** según sus siglas en inglés) o de empresa a cliente (**B2C** según sus siglas en inglés).

En el primer caso, estos profesionales se encargan de vender los productos de una empresa a otra, mientras que en la segunda modalidad se incentiva al cliente a adquirir el producto o servicio directamente del Vendedor.

- A continuación, las funciones más comunes de un Ingeniero de Ventas:**
- Realizar una investigación entre los consumidores para evaluar sus necesidades y requerimientos, a los fines de brindarles un mejor servicio y ofrecerles productos que se ajusten mejor a lo que están buscando.
 - Programar reuniones especiales con clientes regulares para introducir nuevos productos.
 - Tener un conocimiento amplio del producto a promover para poder dar respuesta a las inquietudes de los clientes.
 - Elaborar informes y propuestas como parte de sus presentaciones de ventas para ilustrar los beneficios del uso del bien o servicio ofrecido.
 - Interactuar con fabricantes para crear un producto especialmente diseñado para satisfacer las necesidades especiales de los clientes.

- Llevar a cabo tareas administrativas:**
- Llevar el registro de las actividades de ventas y entregar los informes a los empleados.
 - Negociar los precios y los contratos de ventas.
 - Trabajar en conjunto con los Vendedores y el personal de Marketing para desarrollar y poner en práctica estrategias destinadas a aumentar participaciones en el mercado:
 - Enfocarse en los aspectos técnicos del empleo.
 - Desarrollar e implementar estrategias nuevas y originales.
 - Trabajar con los departamentos de investigación y desarrollo que contribuyan en la identificación de nuevos productos:

- Habilidades tecnológicas:**
- Tener un amplio conocimiento de productos tecnológicamente sofisticados para poder explicar sus ventajas y aclarar las dudas de los clientes.
 - Estar en la capacidad de brindar soporte técnico.
 - Tener el conocimiento técnico necesario para comprender conceptos complejos y traducirlos a un lenguaje sencillo que pueda ser entendido por los clientes.
 - Habilidad para adaptarse y para aprender y aplicar nuevas estrategias de ventas de manera eficaz:
 - Tener resistencia al enfrentar diferentes retos.
- Habilidades de comunicación:**
- Comunicarse claramente, tanto de manera oral como escrita, con otros miembros del equipo de Ventas a los fines de establecer buenas relaciones con los clientes.
 - Ser amigable para generar interacciones positivas con los clientes.
 - Brindar un alto nivel de servicio al cliente.
 - Ser persuasivo para convencer a clientes potenciales.
 - Ser cortés y paciente al lidiar con clientes difíciles.
 - Habilidad de respuesta, enérgico, decidido, estructurado y dispuesto a tomar la iniciativa.

Antología: Métodos y técnicas de ventas

Unidad I: INTRODUCCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTAS.

II: DIRECCIÓN DE VENTAS.

Temas: 1.1. La función de ventas.

1.2. Negociación con los grupos de compra. Plantillas comerciales.

2.1 La gestión de grandes cuentas.

2.2 Ingeniería de ventas.

Autores:

- Anderson, R. (2005). Administración de ventas. México: McGraw Hill.
- Mercado, S. (2008). Administración de ventas. México: Trillas.
- Barbosa, E. (2011). Manual para lograr las ventas efecticas. México: Tax Editores.
- ANDERSON, Rolph, Administración de Ventas, Editorial Mc Graw Hill, México 1995, p.p. 688.
- CANFIELD, Bertrand, Administración de Ventas, principios y problemas, Editorial Diana, México 1990, p.p. 765
- CHIAVENATO, I. Iniciación a la Administración de Ventas, Editorial Mc Graw Hill, México 1990.
- HARTLEY, R. Administración de ventas, Editorial CECSA, México 2000.

Descarga de 4 imágenes en google para complementar el trabajo realizado.

<https://www.google.com/search?q=imagenes%20departamento%20de%20ventas&tbm=isch&hl=es&tbs=rimg:Cd1K1unAa30RYZFJt6udRIZ8AEAsglMCgIIABAAOgQIABAA&sa=X&ved=0CBsQuIBahcKEwjglfeNyuT3AhUAAAAAHQAAAAAQBg&biw=1263&bih=530#imgrc=LwV40vzPps8M1M>

<https://www.google.com/search?q=Negociaci%C3%B3n%20con%20los%20grupos%20de%20compra&tbm=isch&hl=es&tbs=rimg:Cew95ekq-tzSYfo0BI3xrFNe8AEAsglMCgIIABAAOgQIABAA&sa=X&ved=0CB0QuIBahcKEwjw6LPC7uT3AhUAAAAAHQAAAAAQBg&biw=1263&bih=584#imgrc=6PcsD04ZCRCC8M&imgdii=BvJW3h8CGi1UAM>

https://www.google.com/search?q=La+gesti%C3%B3n+de+grandes+cuentas&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjRpLeqt-X3AhXVIWoFHd-fDFsQ_AUoA3oECAEQBQ&biw=1280&bih=584&dpr=1.5#imgrc=uGJ4WSFGqohK9M

<https://www.google.com/search?q=ingenieria%20en%20ventas&tbm=isch&tbs=rimg:CfJqzmeo84oYYJhIW2yuEc78AEAsglMCgIIABAAOgQIABAA&hl=es&sa=X&ved=0CBsQuIBahcKEwjAkq3ox-X3AhUAAAAAHQAAAAAQBw&biw=1263&bih=530#imgrc=u5oRPefLMBh8dM&imgdii=sFBZJyPse2yw9M>