

ENSAYO

METODOS Y TECNICAS DE VENTAS

Blanca Trinidad Roblero Morales

PRESENTA EL ALUMNO:

Alejandro Pat Rodríguez

GRUPO, SEMESTRE y MODALIDAD:

6° Administración de Empresas

Frontera Comalapa, Chiapas

Julio, 2022

Dirección de ventas

La ingeniería de ventas es una herramienta fundamental en la planificación de todo departamento de ventas. Se trata de un método de trabajo que permite al director de ventas de una empresa o de una zona o territorio, dar respuestas fundamentales. 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. Sin embargo, estos profesionales pueden optar por trabajar de manera independiente o autónoma como consultores de particulares que deseen adquirir maquinaria especializada. Los profesionales que se desempeñan en el área de Ventas pueden dividirse en dos grupos en base de a quiénes les venden, en tal sentido, quienes negocian con el consumidor final se denominan empresas-clientes, mientras que si vender en gran escala a corporaciones de menor tamaño concierne a la modalidad empresas-empresas (B2B según sus siglas en inglés), la cual suele ser adoptada por los Ingenieros de Ventas.

Funciones principales

A continuación, las funciones más comunes de un Ingeniero de Ventas:

Vender productos a clientes existentes y buscar clientes potenciales:

- 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.
- Ser el intermediario entre el cliente y la empresa.
- Cumplir con o exceder los objetivos de ventas semanales, trimestrales, mensuales y anuales que sean asignados por territorio.
- Asistir a eventos para identificar potenciales oportunidades de negocio.

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.

Un tema estratégico a la hora de hacer negocios en la actualidad es saber administrar los procesos de venta. Este concepto tiene una estrecha relación con la administración ya que implica la unión de varias personas y procesos para un fin común, en este caso la venta. Todo esto se da en un contexto económico y social que incluye:

*Globalización

*Acceso a Internet

*Inestabilidad económica

*Inestabilidad política

*Convenios, fusiones y estrategias

Un gerente de ventas toma un rol protagónico, pero la esencia del éxito de este trabajo está en saber dirigir y trabajar en equipo, teniendo clara la visión de su trabajo, creer en ella siendo desafiante y logrando el compromiso de los involucrados pues debe constantemente ajustarse a las situaciones dinámicas de su macroentorno y de los grupos de interés de su mercado. Los negocios necesitan una fuerza de ventas fortalecida a través de un buen liderazgo de su gerente, director o jefe, sin importar la denominación su cargo directivo le permitirá hacer que las cosas sucedan, buscar las ventas y consolidar la fidelización del cliente. Sus principales funciones serán de administración, organización y desarrollo y control, todos estos a través de planes, programas y proyectos que le permitan cumplir con sus metas.

El departamento de ventas se suele dividir en equipos de trabajo siguiendo una estructura determinada. Con ello se consigue un reparto de las tareas comerciales y una mayor organización de todo el personal implicado. Normalmente, los equipos se construyen de la siguiente manera:

*Siguiendo una estructura geográfica o por zonas. Este es el método más utilizado.

*Siguiendo una estructura por productos. El objetivo de esta forma de estructurar los equipos de ventas es la de especializar al vendedor.

*Siguiendo una estructura por mercados. Los vendedores se agrupan en equipos responsables de sectores de mercado en vez de productos.

En si lograr el equilibrio perfecto Sobre la Dirección de Ventas de una empresa consigue encontrar una balanza y similitud de estas entre el equipo de Marketing, la venta de su solución y la retención de clientes aumenta el volumen de negocio de la empresa así ganando por ambos partes tanto consumidor y empresa.

UDS. S/F. Métodos y técnicas de ventas. Recuperado de

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAE/d0b26de37b353640ba64f9fb4e8770ff-LC-LAE603.pdf>