



Mi Universidad

SUPER NOTA

NOMBRE DEL ALUMNA: Fátima Guadalupe López Morales

NOMBRE DEL TEMA: Proceso General De Ventas Y Características Del Vendedor

PARCIAL: Tercer Parcial

NOMBRE DE LA MATERIA: Acción Promocional

NOMBRE DEL PROFESOR: María De Lourdes Domínguez Figueroa

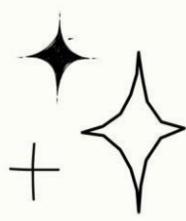
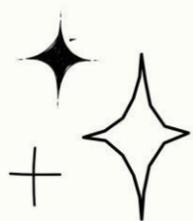
NOMBRE DE LA LICENCIATURA: Medicina Veterinaria Y zootécnica

CUATRIMESTRE: 6To cuatrimestre

LUGAR Y FECHA ELABORACION:

Tapachula, Chiapas A 08

De julioDe 2023



PROCESO GENERAL DE VENTAS

1

PROSPECCION

Indispensable hacer estudios de mercado con el fin de identificar a las personas que tienen necesidades que la compañía puede satisfacer, así como aquellas que están en condiciones económicas para comprar.

CALIFICACION DE CLIENTE POTENCIAL "LEADS"

2

Seleccionar a clientes potenciales que han mostrado interés por tu producto o servicio. en vez que ya los tienes identificados deberás establecer cuales tiene mayor oportunidades de convertirse en tus compradores.

3

CALIFICACION DE CLIENTES POTENCIAL

Etapas para conquistar a tus posibles clientes en el proceso de venta. con el objetivo de entender sus necesidades, su capacidad comercial y de decisión, así como su intención y motivación de compra. con toda información, tendrá certeza de como abordarlos con mejores canales para establecer contactos.

4

PRESENTACION

Etapas del proceso de venta el agente entra en contacto con el posible comprador. la confianza es clave para el discurso de ventas, por ello el agente debe sentirse tranquilo a la hora de tratar con los clientes.

5

ARGUMENTACION

Son las etapas mas importantes donde el agente le presenta el producto al potencial al cliente. al comprador se le puede conducir por medio de un sistema llamado AIDA que implica cuatro fases: atención, interés, deseo y acción, muy similar al embudo de venta.

CIERRE DE VENTA

6

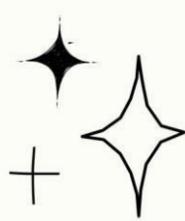
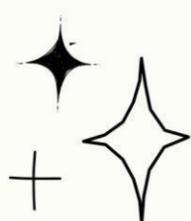
Ha logrado que el producto atrape el interés del cliente, por lo cual solo se requiere de paciencia para esperar el cierre del trato. la empresa considere el uso de tecnología como los software de venta y las soluciones automatizadas para sellar contratos de forma rápida y a distancia

7

POSTVENTA

La intención es brindarles todas las herramientas con el objetivo de que saquen el mayor provecho a los productos que han obtenido. esto hará posible que se conviertan en compradores recurrentes.





CARACTERISTICAS

DEL VENDEDOR

1

OPTIMISMO

Una actitud positiva para afrontar cualquier situación en el trabajo. el buen vendedor debe ver las cosas de forma positiva para poder transmitir esa actitud a los clientes potenciales. un buen vendedor permiten transformar el negativismo en sentimiento y acciones positivas en cualquier situación de ventas.

PERSEVERANCIA

2

Una de las cualidades mas valiosas y claves para el éxito de un vendedor es la perseverancia entendida como la accion de mantenerse constante en un proyecto ya comenzado una actitud o una opinión. cuando las circunstancia sean adversas o los objetivos puedan ser cumplidos.

3

EMPATIA

Se identifica como la capacidad de colocarse voluntariamente en el lugar del consumidor, con el objetivo de entenderlo, comprender sus necesidades y ofrecerle soluciones que satisfagan sus expectativas. es capacidad de comprender por que el cliente piensa como piensa y siente como siente.

4

SEGURIDAD EN SI MISMO

Si un vendedor es seguro confía en si mismo y en su capacidad de venta lo mas probable es que transmita esa seguridad al cliente. quien la asociara al producto en venta en lugar de adquirir el mismo producto o servicio a un vendedor que se muestra inseguro introvertido o con baja autoestima.

5

HONESTIDAD

La honestidad implica hablar siempre con la verdad, aun cuando al hacerlo signifique aceptar las consecuencia de los que esto implica por ejemplo si esta vendido un producto que no ofrece mucha garantía deberá ser honesto.

6

PUNTUALIDAD

Es sinónimo de profesionalidad y si no lo eres así mismo catalogaran a tu empresa. además debe tener capacidad para escuchar al cliente le gusta que lo escuchen y por si te permite conocer sus necesidades e inquietudes.

7

ORGANIZACION Y SABER ESCUCHAR

Puede estructurarse por geografías por producto , por mercado por cliente por funciones o forma mixta.
comprender los significados oculto de lo que esta expresando una persona al contactar una empresa .



BIBLIOGRAFIA

ANTOLOGIA DE LA MATERIA

(https://enciclopediaeconomica.com/vendedor/#Caracter%C3%ADsticas_de_un_vendedor)