

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

DOCENTE

María De Lourdes

ALUMNO

Tristán Yahir Díaz Mazariegos

LICENCIATURA

M.V.Z

MATERIA

Acción Promocional

ACTIVIDAD

Infografía

FECHA DE ENTREGA

08 de julio del 2023

7

PROCESO GENERAL DE VENTAS



secuencia de pasos necesarios para atraer, convertir y retener a un cliente

1. PROSPECCIÓN

Tiene como finalidad identificar a los clientes potenciales.



2. CALIFICACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES "LEADS"

Selecciona a clientes potenciales que han mostrado interés por tu producto o servicio.



3. CALIFICACIÓN DE CLIENTES

Etapa para conquistar a tus posibles clientes en el proceso de ventas. Con el objetivo de entender sus necesidades y su motivación de compra.



4. PRESENTACIÓN

En esta etapa el agente de ventas entra en contacto con el posible comprador.



5. ARGUMENTACIÓN

Dónde el agente de ventas le presenta el producto al potencial cliente, se le conduce con un sistema llamada AIDA que implica 4 fases: Atención, Interés, Deseo y Acción



6. CIERRE DE VENTAS

Se ha logrado que el producto atrapé el interés del cliente, por lo cual solo se requiere paciencia para esperar el cierre del trato.

7. POSTVENTA

Los agentes de ventas hacen lo necesario para retener a los clientes y alimentar la lealtad hacia la compañía.

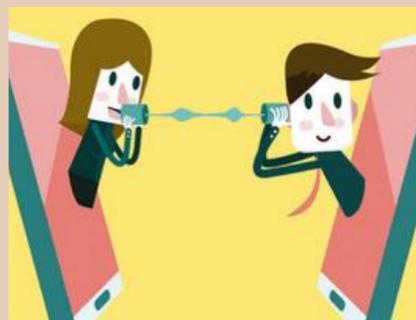


CARACTERÍSTICAS DE UN VENDEDOR

1

SABER ESCUCHAR

Centrar toda nuestra atención en lo que nos están diciendo. Prestar atención no únicamente en lo que nos dicen sino también en los gestos y en las palabras.



OPTIMISMO

ven el lado positivo de las cosas. Creen que las cosas van a salir bien. Creen que tienen la capacidad y la habilidad de hacer que las cosas vayan bien.

2

3

PERSEVERANCIA

Debe procurar conocer las necesidades reales del cliente para establecer un margen entre el producto y el cliente y conseguir la solución que le puede brindar para el beneficio del cliente.



EMPATIA

Ser empático te permite escuchar de manera activa a tus clientes; así sabrás reconocer sus necesidades de manera más efectiva.

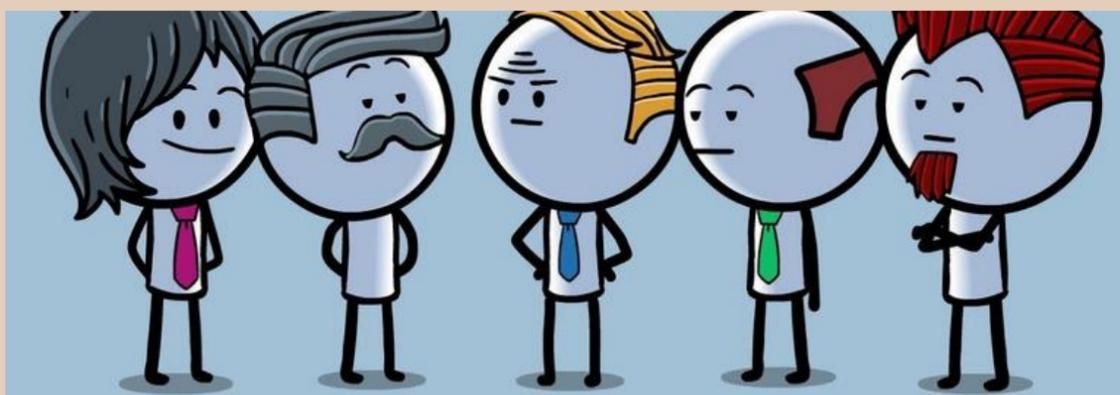
4



PUNTUALIDAD

5

Estamos respetando a los demás y asumiendo que su tiempo cuenta tanto como el nuestro.



BIBLIOGRAFÍA

- ANTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD
- <https://www.appvizer.es/revista/relacion-cliente/software-crm/argumentario-de-ventas>
- <https://upnify.com/es/blog/la-conducta-del-vendedor-profesional.html>