



Nombre de alumno: FILADELFO
DOMINGO RUÍZ HERNÁNDEZ

Nombre del profesor: CARLOS
EDUARDO MORALES

Nombre del trabajo: SUPER NOTA

Materia: ACCION PROMOCIONAL

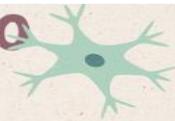
Grado: 6

Grupo: LMVZ

PASIÓN POR EDUCAR

Comitán de Domínguez Chiapas a 3 de diciembre de 2021

LA VENTA PERSONAL COMO HERRAMIENTA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN



VENTA PERSONAL Y COMUNICACIÓN

es un tipo de comunicación interpersonal, donde de forma directa y personal se mantiene una comunicación oral entre vendedor y comprador

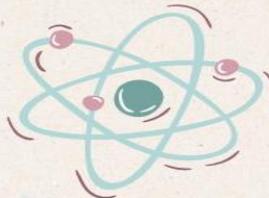
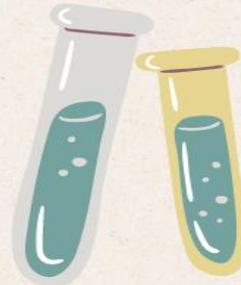


VENTAJAS

1. Provee una mejor experiencia de compra para los clientes.
2. Genera una percepción de exclusividad y atención.
3. Facilita concretar las ventas.

DESVENTAJAS

1. Representa un mayor costo operativo.
2. Reduce el volumen del público.
3. Requiere seguimiento a largo plazo.



LOS 2 TIPOS DE VENTA PERSONAL

VENTAS PERSONALES INTERNAS

son todas aquellas que ocurren dentro de la compañía o negocio. En estos casos es el cliente quien se acerca a una empresa con el fin de encontrar.

VENTAS PERSONALES EXTERNAS

son aquellas que se dan fuera de las compañías y que requieren una búsqueda activa de prospectos por parte de los vendedores.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

