



Mi Universidad

SÚPERNOTA

NOMBRE DEL ALUMNO: MAKEYLA MARTÍNEZ LÓPEZ

NOMBRE DEL TEMA: LA VENTA PERSONAL

PARCIAL: NO. 3

NOMBRE DE LA MATERIA: ACCIÓN PROMOCIONAL

NOMBRE DEL PROFESOR: CARLOS EDUARDO MORALES

**NOMBRE DE LA LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y
ZOOTECNIA**

CUATRIMESTRE: NO. 6

LA VENTA PERSONAL

como herramienta de la estrategia de comunicación

VENTA PERSONAL Y COMUNICACIÓN

La venta personal es una estrategia de ventas en la que el vendedor y el comprador mantienen un trato directo sin intermediación alguna, que permite diseñar una experiencia de compra hecha a la medida.



“ ventajas y desventajas ”

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



TAPOS DE VENTA PERSONAL

Todos los procesos de venta personal, deben ser capaces de tomar decisiones y de darle un tinte diferente a cada transacción, por ello, estos son los dos tipos de venta personal

1

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.



2

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. En este tipo de ventas es la empresa quien se acerca a su público.



FUENTES DE COSNULTA

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/biblioteca/ad36c544572f33e14ae03f7ae363825f.pdf>