



**Mi Universidad**

**Super Nota**

*Nombre del Alumno: Yaritza Hernández*

*Parcial: 3*

*Tema: La venta personal como estrategia de comunicación*

*Nombre de la Materia: Acción Promocional*

*Nombre del profesor: Carlos Eduardo Morales*

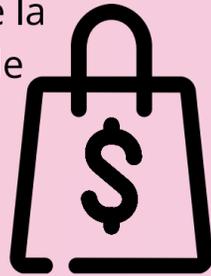
*Nombre de la Licenciatura: Medicina veterinaria y zootecnia*

*Cuatrimestre: 7*



# La venta personal como herramienta de la estrategia de comunicación.

Es uno de los elementos del mix promocional y reúne una serie de características que la diferencian frente a las otras formas de comunicación.



## ¿ Que es?

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.



## 3.1.1 Venta Personal y Comunicación

### Ventajas

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

### Desventajas

- Representa un mayor costo operativo
- Reduce el volumen del público
- Requiere seguimiento a largo plazo

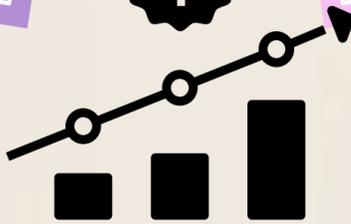


## Los 2 tipos de venta personal

Todos los procesos de venta personal requieren una preparación del equipo de ventas.

Ventas personales internas

Ventas personales externas



Las ventas personales internas o interiores son todas aquellas que ocurren dentro de la compañía o negocio.

Las ventas personales externas o exteriores son aquellas que se dan fuera de las compañías y que requieren una búsqueda activa de prospectos por parte de los vendedores.

