



Mi Universidad

Super Nota

Nombres: Fredy Azarías Herrera Juárez

Nombre del Tema: La venta personal y la Comunicación

Parcial: 3

Nombre de la Materia: Acción Promocional

Nombre del Profesor: Carlos Eduardo Morales Hernández

Nombre de la Licenciatura: Medicina Veterinaria y Zootecnia

Cuatrimestre: Sexto

La venta personal como herramienta de la estrategia de comunicación

Venta Personal

Es uno de los elementos del mix promocional y reúne una serie de características que la diferencian frente a las otras formas de comunicación interpersonal, en 2 sentidos. Estrategia donde el comprador y el vendedor mantienen un trato directo



Venta Personal Externa

Son aquellos que se den 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 para ofrecerle un producto y generar interés en él. Estas ventas requieren gastos activos que lleven a cabo un análisis de mercado y del público al que se dirigen, por lo que conlleva una mayor carga de trabajo y mayor inversión operativa.

Venta Personal Interna

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. Para este tipo de ventas es esencial contar con un grupo completamente preparado para orientar a los clientes y dar respuesta a todas sus inquietudes, por ello es deseable tener especialistas en el producto que vender, para dar una solución a sus necesidades

Fuente Bibliográfica

Cuaderno de apuntes