



Mi Universidad

Super notas

Nombre del alumno: Ingrid Anzueto

Parcial: 3

Nombre de la materia: Acción promocional

Nombre del profesor: Carlos Eduardo Morales

Cuatrimestre: 3

LA VENTA PERSONAL COMO HERRAMIENTA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

Venta Personal y Comunicación.

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

* Ventajas de la venta personal

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



Desventajas de la venta personal

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



Los 2 tipos de venta personal

1. Ventas personales internas

Las ventas personales internas o interiores 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

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

