



Mi Universidad

Súper nota

Nombre del Alumno Cristian Sebastián Hernández Gordillo

Nombre del tema ventas

Parcial 3

Nombre de la Materia acción promocional

Nombre del profesor Carlos Eduardo Morales Hernández

Nombre de la Licenciatura mvz

Cuatrimestre 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

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

Todos los procesos de venta personal requieren una preparación del equipo de ventas. Estos deben ser capaces de tomar decisiones y de darle un tinte diferente a cada transacción. sí podemos hablar de dos grandes tipos de ventas personales que tienen que ver con cómo surge el interés de compra y quién da el primer paso



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.



Ventas personales externas

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. En este tipo de ventas es la empresa quien se acerca a su público para ofrecerle un producto y generar interés en él.



Bibliografía

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