



Nombre de alumna: Ana Cristina Jimenez Espinosa

Nombre del profesor: Ing. Carlos Alejandro Barrios Ochoa

Nombre del trabajo: Mapa Mental Unidad III

Materia: Métodos y técnicas de ventas

Grado: 6°

Grupo: Administración de Empresas

LA NEGOCIACIÓN EN LAS VENTAS.

Es una etapa del proceso de ventas donde el vendedor y comprador dialogan para llegar a un acuerdo. El cliente se enfoca en lo que necesita, valora y le duele. El vendedor analiza esta información y muestra los beneficios que puede ofrecer su producto o servicio.



Los 6 tipos de negociación

- Negociación acomodativa.
- Negociación competitiva.
- Negociación evitativa.
- Negociación distributiva.
- Negociación colaborativa.
- Negociación por compromiso.

Tipos de Objeciones

- Objeción del producto.
- Objeción de origen.
- Objeción de precio.
- Objeción de dinero.
- "Ya estoy satisfecho" objeción.
- "Tengo que pensarlo" objeción.



LAS OBJECIONES.

Una objeción es una razón o argumento que un prospecto expresa a un representante de ventas cuando este le presenta un producto o servicio. Las objeciones suelen relacionarse con el precio, nivel de adaptación, competencia, entre otros. Cuando se presenta una objeción, el representante de ventas debe intentar manejar la situación, de manera que resuelva la queja o duda del prospecto y logre avanzar el negocio.

LAS OBJECIONES SOBRE EL PRECIO

Son las más comunes y pueden venir de prospectos que realmente están interesados en comprar el producto. Presta atención: si solo te basas en el precio para cerrar la venta, te convertirás en un simple intermediario. En cambio, debes hacer hincapié en el gran valor que ofrece el producto.



6 tipos de objeciones más comunes

- Objeciones por causa de tiempo: "Necesito pensarlo".
- Objeciones por el costo del producto: "No cuento con el presupuesto".
- Objeciones por falta de necesidad: "No lo necesito".
- Objeciones por desconfianza.
- Objeciones por uso de competidor.
- Objeciones por falta de autoridad:

INTRODUCCIÓN Y TÉCNICAS DE VENTAS



Los tipos de clientes y sus características principales

- Cliente informado.
- Cliente impulsivo.
- Cliente discutidor.
- Cliente indeciso.
- Cliente confundido.

CONOCER A NUESTRO CLIENTE.

Conocer al cliente, sus necesidades y sus expectativas es el primer paso para elaborar una estrategia de ventas con la que conseguir un mayor nivel de satisfacción. La anticipación es clave para generar experiencias que sitúen al cliente por encima de todo y a la empresa por delante de su competencia.



LA VENTA COMPLETA

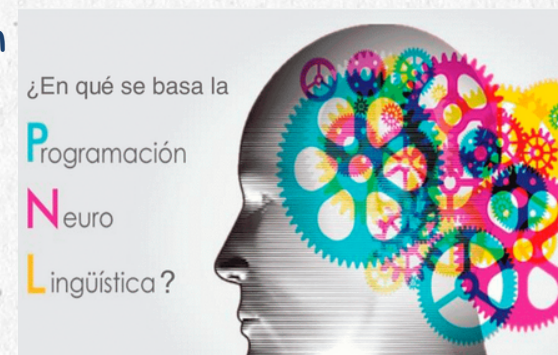
Proceso estructurado que tiene como objetivos identificar, conocer y aproximar al público objetivo de una empresa por medio de estudios y sondeos de mercado, el valor total de los productos entregados a los clientes, ya sea que éstos fueran vendidos en pagos fraccionados o al contado.

PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA. (PNL)

Es una forma de cambiar los pensamientos y hábitos de una persona para que sean exitosos por medio de técnicas de percepción, comportamiento y comunicación. Es un enfoque pseudocientífico basado en conexiones neuronales, específicamente, en cómo procesan el lenguaje.

Según la Programación Neurolingüística (PNL) existen principalmente tres tipos de personas:

- Visuales.
- Auditivas.
- Kinestésicas



¿En qué se basa la Programación Neuro Lingüística?

