



**Nombre del alumno:** Amayrani Lisbeth López Ancheita.

**Nombre del profesor:** Carlos Alejandro Barrios Ochoa.

**Nombre del trabajo:** Mapa mental unidad I.

**Materia:** Métodos y Técnicas de Ventas.

**Grado:** 6º cuatrimestre.

**Grupo:** Administración de Empresas.

Ocosingo, Chiapas a 28 de julio del 2023.

# LA FUNCIÓN DE VENTAS

Es el que se tiene como función principal comercializar los bienes o servicios que ofrece la empresa, por conducto de la fuerza de ventas. Para que este departamento funcione de forma correcta, se deben aplicar técnicas y políticas acordes con el producto que se desea vender.

## DEPARTAMENTO DE VENTAS



## PLANIFICACIÓN DE LAS VENTAS

Planificar las ventas es relevante ya que además de su función principal (la de vender), facilita el desarrollo de nuevos negocios y obtener información de los productos y servicios que ofrece la competencia.



## ADMINISTRACIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES

Es un modelo general de las actividades de la empresa que busca aumentar los ingresos y las utilidades al centrarse en los clientes



# INTRODUCCIÓN Y TÉCNICAS



# DE VENTA

## NEGOCIACIÓN CON LOS GRUPOS DE COMPRA. PLANTILLAS COMERCIALES

### ETAPA INICIAL

- Estudiar la situación, sabiendo cuáles son las partes y el conflicto a tratar.
- Establecer los objetivos y determinar hasta qué límite se quiere llegar.
- Definir la estrategia de negociación que se seguirá.



Llegar a un acuerdo en el contenido. No romper la posibilidad de seguir negociando en otras circunstancias.

### LOS OBJETIVOS DE LA NEGOCIACIÓN



### APERTURA

Los negociadores entran en contacto, reuniéndose por primera vez.



### PRESENTACIÓN Y DEMOSTRACIÓN DEL PRODUCTO

Reunión entre tu empresa y un cliente (o cliente potencial) en la que muestras y presentas un producto o servicio.



### TRATAMIENTO DE LAS OBJECIONES

- Escuchar antes de contestar.
- Repetir la objeción a nuestra manera.
- Acordar que es eso, y sólo eso, lo que preocupa al cliente.
- Desvanecer la objeción según técnicas específicas para cada caso.
- Reanudar la entrevista con la mayor naturalidad.
- Actuar en consecuencia e intentar el remate de la venta.

### CIERRE

Constituye a la culminación de los esfuerzos del vendedor y la satisfacción del cliente que ha adquirido un bien o servicio bajo las mejores condiciones.



# ETAPAS DE LA VENTAS SIMPLE

## PRESENTACIÓN

Empieza en el momento en que se cruzan las primeras palabras entre el comprador y el vendedor. Reunión de corta duración, virtual o presencial, donde el representante de ventas presenta su solución a un cliente potencial o actual para persuadirlo de realizar una compra.



## ARGUMENTACIÓN

Es un discurso estratégico con todos los argumentos necesarios para convencer a los prospectos y clientes potenciales. El objetivo es concluir la venta.



## TRATAMIENTO DE OBJETIVOS

- Objetivos de rentabilidad.
- Objetivos de volumen de ventas.
- Objetivos de cuota de mercado.
- Objetivos de fidelización.



## SABER PREGUNTAR Y ESCUCHAR

La definición de escucha activa implica primero comprender y luego ser comprendido. Se trata de algo más que escuchar, significa estar atento y absorber verdaderamente el punto de vista de la otra parte.



# INTRODUCCIÓN Y TÉCNICAS



# DE VENTA

## TÉCNICAS DE VENTA

## LAS FASES DE LA VENTA

- Atención
- Interés
- Deseo y acción, muy similar al embudo de venta.



Es un experto en la gestión comercial de su empresa y es quien realiza la acción de vender, Un vendedor se encarga de mostrar a los consumidores productos o servicios que les ayuden a satisfacer alguna necesidad

## EL VENDEDOR



## LAS HERRAMIENTAS DE VENTA



## TIPOS DE VENEDORES

- El trabajador esforzado.
- El forjador de relaciones.
- El lobo solitario.
- El solucionador de problemas reactivo.
- El desafiante.

## **BIBLIOGRAFÍA**

◆ **Libro (603). LC-LAE603. Lugar de publicación: UDS Métodos y Técnicas de Venta**