



Mi Universidad

Infografía

Nombre del Alumno: Mariam de los ángeles Martínez Villagrán

Nombre del tema: negociación y ventas

Parcial: 3

Nombre de la Materia: mercadotecnia nutrición

Nombre del profesor: Patricia del rosario luna Gutiérrez

Nombre de la Licenciatura: en nutrición

Cuatrimestre: 8°

Lugar y fecha: Tapachula Chiapas 06/0324

NEGOCIACIÓN Y VENTAS



negociación y venta

Los procesos formales de ventas permiten que una empresa escale su fuerza de ventas al enseñar a sus vendedores cómo hacerlo bien. Sin previas etapas o puntos de referencia es imposible medir y administrar la mejora de la fuerza de ventas.

Etapas del proceso de ventas

Un enfoque popular para comprender las etapas del proceso de ventas consiste en seis pasos:

- buscar clientes
- iniciar la relación
- calificar al cliente en perspectiva
- presentar el mensaje en la venta
- cerrar la venta
- dar servicio a la cuenta



Prospectos de clientes

Los esfuerzos por buscar clientes en perspectiva muchas veces se rechazan y los resultados inmediatos generalmente son pocos. Los vendedores emplean diversas fuentes de información para identificar a los clientes en perspectiva importantes, entre ellas, las agrupaciones sindicales, los directorios entre otros.

Cerrar la venta

Es natural que los compradores demoren el mayor tiempo posible la decisión de comprar. No obstante, conforme más se tarde el vendedor en cerrar la venta, más disminuye la utilidad que le corresponde y el riesgo de perderla aumenta. En consecuencia, la tarea del vendedor es acelerar la decisión final.



Servicio a la cuenta

El vendedor debe darle seguimiento a cada venta para cerciorarse de que no haya ningún problema con las fechas de entrega, la calidad de los bienes o la facturación. Este tipo de servicio posterior a la venta puede generar grandes dividendos, tanto para el vendedor como para la compañía que representa

