

Alumno

**Leslie Abigail García
López**

6° cuatrimestre

**Lic. Medicina veterinaria y
zootecnia**

Materia

Acción promocional

Docente

**MVZ Dayanne Olivo
Vázquez**

Actividad

Mapa conceptual

Fecha

04 de julio de 2024

Papel del vendedor

Se encarga de dirigir la oferta de valor para el cliente, con la responsabilidad de determinar cuáles son los componentes de ese valor total para cada cliente. defensor del cliente, comunica a la empresa cuáles son sus necesidades.

Habilidad para la venta

Escuchar: entender a los clientes e interesarse por sus necesidades

Creatividad: intención de venta a través de historia, para hacer el proceso mucho más agradable.

Intuición: investigación, análisis permiten vender de forma preparada y con propuestas de valor.

Trato: ante una mala actitud ser optimista ayuda a manejar la situación y, al ser persuasivo, logra cambiar la postura del cliente.

Aprovechar oportunidades: cuándo el cliente está a punto de tomar una decisión final y decide ofrecer un incentivo para terminar de convencerlo.

Papel del vendedor



Habilidades de comunicación

facilita el establecimiento y el desarrollo de las relaciones sociales a través de signos no verbales, expresiones, gestos, posturas, imagen personal. Si el vendedor identifica el estilo de comunicación del cliente, podrá evitar la aparición de tensiones, logrará el desarrollo de un proceso de venta más beneficioso para ambas partes.

Habilidades de conocimiento

escuchar, dotes de comunicación, seguridad en tu servicio o producto, conocimiento del sector, creatividad, capacidad de aprendizaje y compromiso post-venta.

Éstas le habrán de permitir un mayor y mejor conocimiento de su empresa, del producto que comercializa, de su clientela y de la competencia

Bibliografía

Arquímedes Mayo Rosas. (2012). Administración de ventas. Primera Edición. México: Red Tercer Milenio.

C. H. García, C. Maubert. (2016). 2ª edición. Pearson Educación.

Küster, I.; Roman, S. (2006). Venta personal y dirección de ventas. Madrid: Thomson Paraninfo.

JOSE MARIA SAINZ DE VINCUNÑA ANCIN. (2016). El Plan Estratégico En La Práctica.: ALFAOMEGA - ESIC

Escudero, M. (2008). La planificación comercial (Marketing en la actividad comercial), ISBN: 978-84-9078-132-6

Schohell, William F. (1991). Mercadotecnia. 3ª Edición. Mexico. McGraw Hill