



NOMBRE DEL ALUMNO: JORGE PORRAS JIMENEZ

NOMBRE DEL PROFESOR: SALOMON VAZQUEZ

NOMBRE DEL TEMA: HABILIDADES EN LA VENTA

MATERIA: ACCIÓN PROMOCIONAL

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

CUATRIMESTRE: VI

6 °A

COMITAN DE DOMINGUEZ, CHIAPAS A 02 DE JULIO DEL 2024

HABILIDADES EN LA VENTA

HABILIDADES DE COMUNICACIÓN.

La comunicación facilita el establecimiento y el desarrollo de las relaciones sociales. Es más, en todo proceso de ventas, el vendedor se comunica con los clientes tanto a través de signos verbales, como mediante un conjunto de símbolos no verbales

El estilo de comunicación de un individuo es aquel patrón de comportamiento que perciben las personas que se comunican con él. Así, se puede producir un sesgo de estilo de comunicación cuando el vendedor entra en contacto con un cliente

Cabe distinguir dos dimensiones

1) Continuum de predominio: Eso es, la tendencia a mandar, controlar o hacer prevalecer las opiniones individuales sobre las de otras personas.

Y la otras es:

2) Continuum de sociabilidad: Esto es, la cantidad de control que las personas ejercen sobre sus expresiones emocionales. Las personas con mucha sociabilidad tienden a expresar sus sentimientos con libertad

Negociación, dominio de las tecnologías y conocimiento de los productos son todas habilidades necesarias para el éxito en las ventas. Se pueden medir más fácilmente que las habilidades interpersonales y se aprenden a través de la formación y la experiencia en ventas

HABILIDAD PERSONAL DE VENTA

Para que el vendedor lleve a cabo las labores que tiene asignadas, se requiere que posea ciertas habilidades de comunicación y de conocimiento

PTINCIPALES :

- Capacidad de escucha.
- Dotes de comunicación. ...
- Seguridad en tu servicio o producto. ...
- Honradez en la gestión de tus ventas.
- Paciencia para ser un buen vendedor.
- Conocimiento del sector. ...
- Creatividad.
- Motivación y actitud positiva

HABILIDADES DE CONOCIMIENTO

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

1) Conocimiento del producto:

El conocimiento que el vendedor tenga del producto deberá satisfacer y rebasar las expectativas del cliente.
• Desarrollo y aplicaciones del producto • Procesos de mejora de la calidad • Selección del producto

2) Conocimiento de la empresa

El personal de ventas es, con frecuencia, el punto de contacto más cercano de la empresa con el cliente. Por ello, el vendedor debe estar bien informado sobre la empresa.

3) Conocimiento de la competencia

El vendedor debe conocer a sus competidores, los productos que ofrecen y los resultados que proporcionan. Cuanto más conocimiento tenga de los aspectos contemplados para la empresa en relación con la competencia

4) Conocimiento de los clientes.

Deberá permitir al vendedor detectar los deseos y las necesidades que tienen y establecer los beneficios que esperan obtener mediante el consumo de los productos.

BIBLIOGRAFÍA:

ANTOLOGÍA UDS