



Nombre de alumno:  
Yazmin Lucero Gutierrez Sanchez

Nombre del profesor:  
Salomón Vazquez Guillen

Nombre del trabajo:  
Supernota

Materia:  
Acción promocional

Grado:  
6°

Grupo:  
B

Comitán de Domínguez Chiapas a 05 de  
Julio de 2024..



# GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA



## HABILIDAD EN LA VENTA:

Se es consciente de las implicaciones que tiene el trabajo del vendedor y del director de ventas. Así, el concepto y el enfoque actual de ventas conllevan el desarrollo de una serie de actividades. En la mayoría de los casos, para la realización de estas actividades es necesario que tanto vendedor como director posean ciertas habilidades.



## HABILIDAD PERSONAL DE VENTA:

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

Ser un buen vendedor o vendedora requiere una combinación de habilidades personales y técnicas.

## HABILIDAD 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, tales como expresiones, gestos, posturas, imagen personal, etc.



Cabe distinguir dos dimensiones con las que establecer los diferentes estilos de comunicación que son adoptados por los clientes:

- 1) Continuum de predominio: Eso es, la tendencia a mandar, controlar o hacer prevalecer las opiniones individuales sobre las de otras personas.
- 2) Continuum de sociabilidad: Esto es, la cantidad de control que las personas ejercen sobre sus expresiones emocionales.

## Habilidad de Conocimiento:

Para realizar de manera más efectiva su trabajo, el vendedor también debe desarrollar 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
2. Conocimiento de la empresa
3. Conocimiento de la competencia
4. Conocimiento de los clientes

