



Mi Universidad

*cuadro
sinoptico*

NOMBRE DEL ALUMNO: KARLA FERNANDA DIAZ MAZARIEGOS

NOMBRE DEL TEMA: "GENERALIDADES DEL PROCESO DE VENTA"

PARCIAL: 3

NOMBRE DE LA MATERIA: ACCION PROMOCIONAL.

NOMBRE DEL PROFESOR: LIC SISSY ALEJANDRA YAÑES PINTO.

NOMBRE DE LA LICENCIATURA: MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA

CUATRIMESTRE: SEXTO.



"Generalidades del proceso de venta"

Venta personal

Es la función estratégica que cumple el vendedor dentro del proceso comercial

- Es decir como un intermediario entre la empresa y el cliente, no solo para cerrar ventas, sino también para construir relaciones, brindar asesoría y representar a la marca.
- Actúa como asesor, no solo como vendedor.
 - Representa la imagen de la empresa.
 - Escucha activamente al cliente.
 - Negocia y resuelve objeciones.
 - Ayuda a identificar nuevas oportunidades de negocio.
- Un vendedor de maquinaria agrícola que visita el rancho de su cliente, analiza las necesidades del terreno y recomienda la mejor opción según su presupuesto.

El papel del vendedor

Rol estratégico del vendedor.

- como representante de la empresa, guía del cliente y constructor de relaciones para facilitar la venta y fidelización.
- Asesor del cliente
 - Representa a la empresa
 - Negociador
 - Solucionador de problemas
 - Generador de confianza
- Vendedor de autos que guía al cliente en elegir un modelo, lo asesora con créditos y lo acompaña durante todo el proceso de compra.

La venta relacional

Su objetivo es desarrollar lealtad, fomentar la recompra y convertir al cliente en promotor de la marca

- Es una estrategia de ventas que se enfoca en establecer y mantener relaciones a largo plazo con los clientes, basándose en la confianza, la comunicación constante y la atención personalizada.
- Enfoque a largo plazo
 - Atención postventa
 - Comunicación constante
 - Personalización del servicio
 - Genera fidelización
- Representante de una empresa de software que ofrece soporte continuo, actualizaciones y atención constante al cliente después de la compra.

Habilidades en el proceso de venta

la búsqueda de clientes hasta el cierre y fidelización.

- Conjunto de capacidades necesarias para cumplir con cada etapa de la venta: prospectar, presentar, negociar, cerrar y dar seguimiento.
- Escucha activa
 - Comunicación efectiva
 - Resolución de objeciones
 - Seguimiento postventa
 - Empatía y persuasión
- Un vendedor que identifica al cliente ideal, presenta el producto con claridad, responde a sus dudas, cierra la venta y luego hace un seguimiento.

