



**Mi Universidad**

NOMBRE DEL ALUMNO: VALERIA OVILLA LIEVANO

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"

Se refieren a las competencias, técnicas y conocimientos que un vendedor necesita para tener éxito en la gestión de las ventas. Estas habilidades abarcan desde la prospección y el acercamiento inicial hasta el cierre de la venta y la gestión de relaciones con los clientes.

## Venta personal.

Se menciona.

Es una estrategia de ventas que implica la interacción directa entre un vendedor y un cliente potencial, con el objetivo de persuadir al cliente para que compre un producto o servicio.

Se caracteriza por la interacción directa y personalizada entre un vendedor y un cliente potencial. Esta técnica se enfoca en construir relaciones, comprender las necesidades del cliente y ofrecer soluciones a medida.

Por ejemplo: Un vendedor de autos se reúne con un cliente interesado en un modelo específico, le muestra las características y realiza una prueba de manejo.

## El papel del vendedor.

Se basa

Este consiste en la comercialización de productos o servicios de una empresa, actuando como intermediario entre la empresa y el cliente. Su función principal es identificar las necesidades del cliente, presentar productos o servicios que satisfagan esas necesidades, y cerrar la venta de manera efectiva.

Sus características se representa con la habilidades de comunicación, empatía, persuasión, organización, resiliencia, conocimiento del producto, habilidades de negociación

Por ejemplo: visita a clientes en sus hogares o negocios para presentar productos o servicios ofreciendo una buena oferta con el fin de que el cliente compre de manera persuasiva y conociendo el producto a la venta.

## La venta relacional.

Este se centra.

Es una estrategia que prioriza la construcción de relaciones sólidas y duraderas con los clientes, enfocándose en la confianza y la conexión humana en lugar de solo cerrar transacciones.

Las características clave incluyen la priorización de la relación sobre la transacción, la adaptación a las necesidades del cliente y la construcción de confianza a través de la honestidad y la transparencia.

Ejemplo: Ofrecer recompensas por compras repetidas o por la lealtad a la marca, como puntos, descuentos exclusivos, o acceso a eventos especiales.  
Soriana al comprar te regala puntos para después cambiarlos por productos al juntar ciertos puntos.

## Habilidades en el proceso de venta.

Por lo cual.

Estas se basan competencias y capacidades que un vendedor debe poseer para llevar a cabo con éxito el ciclo de ventas, desde la prospección hasta el cierre y la posventa.

Se caracteriza por la comunicación efectiva, la empatía, la escucha activa, la capacidad de persuasión y la gestión de objeciones, entre otras. Estas habilidades permiten a los vendedores conectar con los clientes, comprender sus necesidades y guiarlos hacia la compra de manera efectiva.

Prestar atención a lo que el cliente dice y no dice, para identificar sus necesidades y preocupaciones. Por ejemplo, un vendedor que hace preguntas abiertas y resume los puntos clave del cliente demuestra escucha activa.  
Como Telcel al vender teléfonos. Te hace una serie de preguntas para saber las características que buscas en un celular y poder ofrecer el equipo adecuado.