



**Nombre de alumno: Sayuri Azucena Salinas Aguilar**

**Nombre del profesor: Sissy Alexandra Yáñez Pinto**

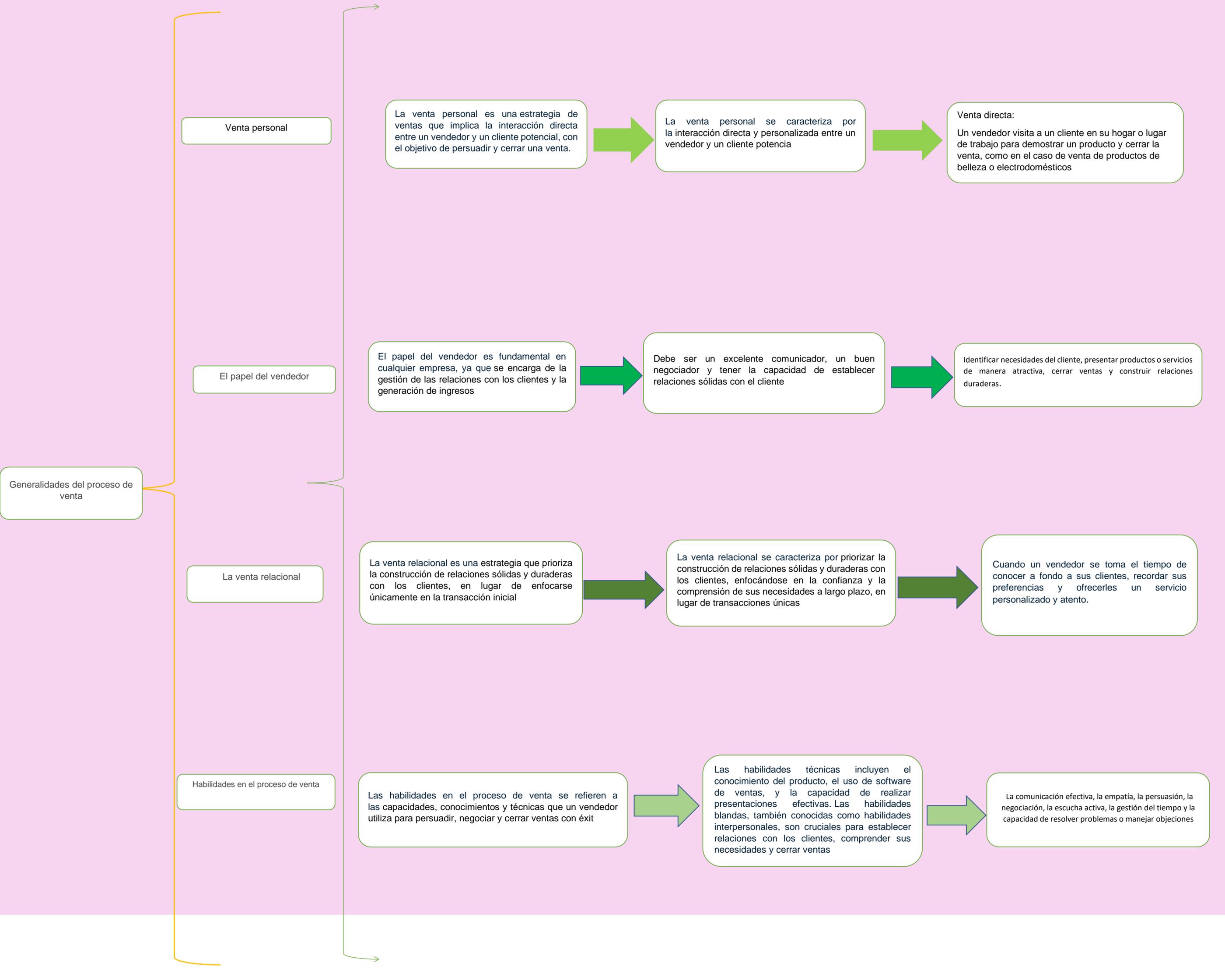
**Nombre del trabajo: mapa sinóptico**

**Materia: Desarrollo Empresarial**

**Grado: 6**

**Grupo: A**

Comitán de Domínguez Chiapas a 4 de julio de 2025



Venta personal

La venta personal es una estrategia de ventas que implica la interacción directa entre un vendedor y un cliente potencial, con el objetivo de persuadir y cerrar una venta.

La venta personal se caracteriza por la interacción directa y personalizada entre un vendedor y un cliente potencia

Venta directa:  
Un vendedor visita a un cliente en su hogar o lugar de trabajo para demostrar un producto y cerrar la venta, como en el caso de venta de productos de belleza o electrodomésticos

El papel del vendedor

El papel del vendedor es fundamental en cualquier empresa, ya que se encarga de la gestión de las relaciones con los clientes y la generación de ingresos

Debe ser un excelente comunicador, un buen negociador y tener la capacidad de establecer relaciones sólidas con el cliente

Identificar necesidades del cliente, presentar productos o servicios de manera atractiva, cerrar ventas y construir relaciones duraderas.

La venta relacional

La venta relacional es una estrategia que prioriza la construcción de relaciones sólidas y duraderas con los clientes, en lugar de enfocarse únicamente en la transacción inicial

La venta relacional se caracteriza por priorizar la construcción de relaciones sólidas y duraderas con los clientes, enfocándose en la confianza y la comprensión de sus necesidades a largo plazo, en lugar de transacciones únicas

Cuando un vendedor se toma el tiempo de conocer a fondo a sus clientes, recordar sus preferencias y ofrecerles un servicio personalizado y atento.

Habilidades en el proceso de venta

Las habilidades en el proceso de venta se refieren a las capacidades, conocimientos y técnicas que un vendedor utiliza para persuadir, negociar y cerrar ventas con éxit

Las habilidades técnicas incluyen el conocimiento del producto, el uso de software de ventas, y la capacidad de realizar presentaciones efectivas. Las habilidades blandas, también conocidas como habilidades interpersonales, son cruciales para establecer relaciones con los clientes, comprender sus necesidades y cerrar ventas

La comunicación efectiva, la empatía, la persuasión, la negociación, la escucha activa, la gestión del tiempo y la capacidad de resolver problemas o manejar objeciones