



Mi Universidad

Hannia Valeria Santis Lopez

Cuadro sinóptico

Parcial 3

Accion promocional

Sissy Alexandra Yañez Pinto

Medicina Veterinaria y Zootecnia

Cuatrimestre 6

Generalidades del proceso de venta

Venta personal

Definición

La venta personal implica la interacción directa entre un vendedor y un cliente potencial

Importancia

Es crucial para construir relaciones y personalizar la experiencia de compra

Ventajas

- Comunicación directa
- Adaptación a necesidades individuales
- Mayor tasa de cierre

El papel del vendedor

Es

Fundamental en cualquier empresa, ya que son la cara visible y el enlace directo con los clientes

Responsabilidades

- Identificar necesidades
- Presentar soluciones
- Construir relaciones a largo plazo

Habilidades

- Escucha activa
- Empatía
- Conocimiento del producto

La venta relacional

Se centra

En construir conexiones duraderas con los clientes, priorizando la satisfacción y lealtad a largo plazo

Características

- Enfoque en la confianza y el valor mutuo.
- Comunicación continua y personalizada.
- Servicio postventa excepcional.

Habilidades en el proceso de venta

Comunicación

Capacidad para transmitir información de manera clara y persuasiva, adaptándose al estilo del cliente.

Persuasión

Habilidad para influir en la decisión del cliente, presentando argumentos sólidos y beneficios convincentes

Empatía

Comprensión de las necesidades y motivaciones del cliente, creando una conexión genuina