

Las relaciones en la venta personal

Tipos de relaciones:

1. Intercambio de mercado
2. Sociedades
3. Fases del desarrollo de la relación

Relaciones funcionales

- Son intercambios de mercado a largo, plazo en los que el comprador compra por hábito o rutina.
- Cuando las empresas compran al mismo proveedor por muchos años, porque es más fácil comprarle en forma repetitiva que buscar un proveedor cada vez que necesiten los mismos artículos.
- Ejm. Suministros de limpieza y papelería.

www.rrhh-web.com

Intercambio de mercado

- Comprador y vendedor siempre negocian en como “partir el pastel” quien va obtener más en la transacción, por lo que decimos que es una relación ganar-perder, quien va a obtener más en la transacción.
- El lado positivo ofrecen una gran flexibilidad a compradores y vendedores, no están aprisionados en una relación continua y pueden cambiar los proveedores, para conseguir mejor precio posible.

www.rrhh-web.com

Relaciones de Sociedades

- Hay dos clases de sociedades: Relacionales y Estratégicas.
- Sociedades relacionales
 - Forman un clima de cooperación entre vendedor y cliente, cuando ambos socios se sienten seguros en su relación, se logra una comunicación abierta y honesta.
 - Ventajas: aunque ambos socios traten de hacer dinero en la relación, también estén tratando que una relación de trabajo dure mucho.

www.rrhh-web.com

Sociedades Estratégicas

- Son relaciones comerciales a largo plazo en la que las organizaciones socias hacen inversiones importantes para mejorar la rentabilidad de ambos socios.
- Van más allá de confiar uno en el otro. Ejm. United Airlines y Café Starburcks.
- Ventajas: Descubrir y aprovechar oportunidades y dar exclusividad.

www.rrhh-web.com

Las Relaciones Exitosas

- Implican cultivar las ventajas mutuas a medida que los socios aprenden a confiar y depender más y más entre sí.
- Al desarrollarse la confianza el comprador y vendedor pueden resolver conflictos cuando se presenten, arreglar deficiencias, comprometerse cuando sea necesario.

www.rrhh-web.com

Características de las relaciones exitosas

- Confianza mutua
- Comunicación abierta
- Metas comunes
- Compromiso para provecho mutuo
- Apoyo organizacional

www.rrhh-web.com

Fundamentos de las relaciones exitosas

- **Confianza mutua:** es la creencia de una parte en que la otra hará sus obligaciones en la sociedad.
- **Confiabilidad:** es la percepción por parte del comprador de que el vendedor, el producto y la compañía representada cumplirán las promesas hechas.
- Se debe hacer cumplir las promesas. Las referencias de un tercero ayudan a la confianza.

www.rrhh-web.com

Fundamentos de las relaciones exitosas

- **Competencia:** Los vendedores muestran su competencia cuando saben de lo que están hablando.
- Para ello es necesario conocer al cliente, el producto, la industria y la competencia para que el vendedor tenga éxito.
- La competencia se demuestra utilizando información precisa y objetiva.

www.rrhh-web.com

Fundamentos de las relaciones exitosas

- **Orientación al cliente:** Es el grado en que el vendedor antepone las necesidades del cliente.
 - Los compradores perciben a los vendedores como orientados al cliente, cuando hacen resaltar las ventajas y las soluciones a sus problemas, por encima de las propiedades de su producto.
- **Honestidad:** Es a la vez veracidad y sinceridad. Los vendedores deben estar dispuestos a admitir que no conocen algo en vez de tratar de simular.

Fundamentos de las relaciones exitosas

- **Agrado mutuo:** Se refiere a comportarse en forma amigable y a encontrar una base común entre vendedor y comprador.
- Se construye con detalles: cumpleaños, duelos, navidades, aniversarios, etc.
- **Comunicación abierta,** conocimiento de las interpretaciones del cliente por diferencias culturales.
- **Metas comunes:** Los vendedores y los clientes deben tener metas comunes, para desarrollar una buena relación.

www.rrhh-web.com

Respaldo organizacional

- Estructura y Cultura
- Capacitación (interna, rotación de cargos, externa con especialistas en la materia.)
- Recompensas o compensación de ventas

www.rrhh-web.com

Fases del desarrollo de la relación

- Conciencia
- Exploración
- Expansión
- Compromiso
- Disolución

www.rrhh-web.com

Fases del desarrollo de la relación

- Etapa de Conciencia:
 - No ha habido transacción alguna.
 - El vendedor localiza y califica prospectos mientras los compradores identifican diversas fuentes de suministros.
- Etapa de Exploración:
 - Búsqueda y prueba tanto para el vendedor como para el comprador, en ventajas y costos potenciales.

www.rrhh-web.com

Fases del desarrollo de la relación

- Etapa de Expansión:
 - El proveedor ha pasado las pruebas suficientes para ser considerado en más negocios.
- Etapa de compromiso:
 - El cliente y el proveedor han prometido en forma explícita e implícita continuar la relación durante cierto tiempo.
 - Se le pide al comprador que tome una decisión .

www.rrhh-web.com

Fases del desarrollo de la relación

- Etapa de Disolución:
 - Puede suceder en cualquier momento del proceso de relación, aunque no necesariamente deba ocurrir alguna vez.
 - Es el proceso de terminar la relación y puede deberse a mal funcionamiento, choque de culturas, cambio de necesidades entre otros.

www.rrhh-web.com

Si deseas bajar esta presentación en formato PDF o si quieres conocer más sobre empleo, recursos humanos y gestión empresarial, visita la página:

www.rrhh-web.com