

LA VENTA PERSONAL



Qué es la venta personal?

- Presentación cara a cara de un producto o una idea ante un cliente potencial por parte de un representante de la compañía u organización.
- La información se presenta directamente
- Existe retroalimentación inmediata
- Permite hacer ajustes en el acto.

www.rrhh-web.com

Tipos de ventas

- Ventas por respuesta o sensibilidad
 - El vendedor reacciona ante las exigencias del comprador (conductores-repartidores).
- Venta comercial
 - Se maneja por toma de pedidos pero con énfasis en el servicio.
 - Incluye tomar pedidos, enviar productos, realizar presentaciones y rotar inventarios

www.rrhh-web.com

Tipos de ventas

- Venta de misión empresarial ó Venta Misionera
 - El vendedor explica el producto antes de que este disponible para luego hacer los perdidos (Ejm. Visitadores médicos)
 - Entrega muestras gratuitas y anima su recomendación para el uso
- Venta técnica
 - El vendedor resuelve los problemas de los clientes a través de su pericia y experiencia.
 - Es común en productos industriales y químicos
 - La habilidad del vendedor para resolver los problemas de los clientes es esencial.

www.rrhh-web.com

Tipos de ventas

- Venta creativa:
 - El vendedor toma pedidos, enfatiza y estimula la demanda de los productos
 - El vendedor debe convencer a los clientes potenciales de que tienen un problema, de que ese problema es serio y de que el servicio o producto del vendedor es la mejor solución.

www.rrhh-web.com

El proceso de venta personal

- Alcanzar el conocimiento
- Ubicar clientes potenciales
- Preparar la venta: pre-enfoque
- Hacer la presentación de ventas
- Hacer el seguimiento con las actividades post-venta

www.rrhh-web.com

Alcanzar el conocimiento

- Los vendedores deben estar equipados con hechos y cifras.
- Necesitan un amplio conocimiento del producto o servicio, sus características, y comportamiento de compra, manejo de información específica sobre la compañía.
- Necesitan entrenamiento técnico amplio del servicio o producto a ofrecer.

www.rrhh-web.com

Ubicar clientes potenciales

- Localizar clientes potenciales y conseguir información para hacer una presentación de ventas.
- Métodos de búsqueda:
 - Preguntas, (teléfono, catálogo)
 - Método de cadena sinfín (entrevistas constantes con clientes potenciales)
 - Muestras públicas, demostraciones y exhibiciones comerciales
 - Listas de clientes potenciales por su propia cuenta y criterio, mediante referencias de otras personas.
 - Mediante Internet

www.rrhh-web.com

Preparar la venta pre-enfoque

- Reúnen información empresarial y personal adicional acerca de los clientes potenciales.
- La información obtenida ayuda a los vendedores a determinar el mejor método para los clientes potenciales, identificar areas problemas y evitar errores.

www.rrhh-web.com

Enfocar la presentación de ventas

- Definir una estrategia para captar la atención del cliente y despertar su interés.
- Mediante llamadas telefónicas o cartas personales porque reducen en tiempo de espera.
- Las cartas y brochures ayudan a facilitar información de los productos.
- Desventajas en la búsqueda de clientes potenciales: pueden no ser leídas.

www.rrhh-web.com

Hacer la presentación de ventas

- Explicar de manera persuasiva y con todo detalle como satisface el producto las necesidades del cliente.
- Introducción, comentarios para romper el hielo
- Estructura de la presentación
- Manejo de objeciones
- Cierre de venta

www.rrhh-web.com

Cierre de Ventas

- El vendedor exitoso siempre llega al cierre
- Tomar el pedido u coordinar el servicio a ofrecer.
- Lenguaje corporal
- Estar abierto a preguntas

www.rrhh-web.com

Seguimiento post-venta

- Forma una buena imagen ante el cliente
- Pueden garantizar nuevos negocios y generar posibles ventas con los clientes potenciales
- Reducen la ansiedad post compra de los clientes

www.rrhh-web.com

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

www.rrhh-web.com