



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias Económico
Administrativas**





- Área Académica: Mercadotecnia
- Tema: Proceso de ventas
- Profesora: Issel Melo Campa
- Profesora: Omar Guerrero Hernández
- Período: Julio - Diciembre 2018



Abstract

The general overview of sales is focused on its process, because it is the way in which the income is obtained for the company, in which there are two fundamental persons such as the prospect and the seller, the links for the offer of a product or service.

Keywords: prospect, sales, seller



Tema: Proceso de ventas

- ¿Qué es el proceso de ventas?
- Es un proceso que comprende una serie de pasos para que se lleve a cabo una venta.



Pasos del proceso de ventas

Planificación de la venta

Presentación del producto o
entrevista de venta

Transacción

Creación de vínculo con el cliente



Etapa I: Planificación de la venta

- **Análisis de clientes: ¿Quiénes pueden nuestros posibles clientes?**



- **Búsqueda y evaluación de prospectos:**

Capacidad económica

Capacidad de decidir la compra

Potencial para recompras



Etapa I: Planificación de la venta

- Preparación del plan de acción:
 - Ordenar a los prospectos de acuerdo a su nivel de importancia y prioridad
 - Trazar un plan para elegir la forma en que se obtendrá mayor información de ellos
 - Antes del contacto preparar una presentación de ventas enfocada a cada prospecto



Etapa I: Planificación de la venta

- Contacto y concertación de entrevista: dependiendo del tipo de producto el numero de visitas, este paso es abrir la brecha entre el prospecto y nuestro producto o servicio.
- Planificar los argumentos y la forma en que se hará la presentación del producto o servicio.



Etapa II: Presentación del producto o entrevista de venta

- El objetivo de este paso es cerrar la venta.
- Mostrar los beneficios del producto o servicio
- Realizar un manejo de posibles objeciones que se presenten en el proceso.



Etapa III: Transacción

- Es la finalización del proceso para solicitar el llenado del pedido al cliente en caso de requerirse.
- Confirmar las formas de pago
- Realizar el llenado y solicitudes de documentos
- Acordar lugar y fecha de entrega
- Entregar el producto o servicio al cliente



Etapa IV: Creación de vínculo con el cliente

- Comprobar que el producto o servicio cumple de manera satisfactoria su funcionamiento con el cliente.
- Reforzar las relaciones con el cliente para futuras ventas o posibles recomendaciones.



Referencias Bibliográficas

- Hair, J., Anderson, R., Mehta, R., & Babin, B. (2010). *Administración de ventas*. México: Cengage.
- Morales, V. T. (2011). *Administración de ventas*. México: Patria.

