



Administración de Ventas

Este proceso tiene como propósito el determinar los pasos a seguir en un programa de ventas, que va desde su formulación hasta su evaluación y control. Sus pasos son:

Formulación: para la elaboración de un programa de ventas es preciso considerar los factores del entorno que afectan a la empresa y que permiten realizar un pronóstico de los posibles resultados. Posteriormente, se organizan y planean las actividades generales relacionadas con las ventas agregándose las estrategias mercadológicas a seguir. La importancia de esta fase radica en que si se tiene una adecuada planeación, se determinará el camino a seguir en el proceso de colocación y distribución del producto.

Aplicación: en esta fase se selecciona al personal de área de ventas más apto de acuerdo con las características del producto y a las estrategias de mercadotecnia planteadas. Por ejemplo, si la empresa vende autopartes, se contratarán personas que tengan conocimiento sobre automóviles. En este punto también se diseñan e implantan las políticas y procedimientos que encaminarán los esfuerzos hacia los objetivos deseados.

Administración de Ventas

Evaluación y control: esta fase consiste en la elaboración de métodos y procedimientos para medir el desempeño de la fuerza de ventas. Si el resultado no es el esperado, se pueden hacer ajustes en el programa de ventas o replantear la estrategia de mercadotecnia.

Referencia: Navarro Mejía, Mariana (2012). Técnicas de Ventas. Recuperado de:
http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Tecnicas_de_venta.pdf