

Librería
Bonilla y Asociados
desde 1950



Título: Administración de Ventas

Autor:

Precio: \$470.00

Editorial:

Año: 2011

Tema:

Edición: 8ª

Sinopsis

ISBN: 9786073208529

Este libro se ocupa de estudiar el elemento más importante de la mezcla de marketing para la mayoría de los estudiantes y practicantes. En los últimos años el marketing se ha alejado de la función de ventas hacia otras áreas, con lo cual se ha descuidado este aspecto vital. Sin embargo, al final, el contacto personal es el que consigue un pedido y, por ello, este libro explica y documenta las ventas y el proceso de su administración desde los puntos de vista teórico y práctico.

El libro está dividido en cinco partes: Perspectiva de ventas, Entorno de ventas, Técnica de ventas, Administración de ventas y Control de ventas.

La perspectiva de ventas examina las ventas en su contexto histórico y estudia su lugar dentro del marketing. También se analizan diferentes tipos de compradores con la finalidad de ayudar a comprender su pensamiento y a organizar el esfuerzo de ventas de forma consecuente. La parte de técnica de ventas, en esencia, es práctica y cubre la preparación para vender, el proceso para la venta en persona y la responsabilidad de ventas.

El entorno de ventas analiza las instituciones a través de las cuales se realiza la venta; esta sección se ocupa de los canales de ventas, incluyendo los industriales, comerciales y gubernamentales. La sección de administración de ventas se ocupa del reclutamiento, la selección, la motivación y la capacitación, además de la forma cómo se debe organizar y retribuir a los representantes de ventas desde el punto de vista administrativo.

Por último, el control de las ventas cubre los presupuestos de ventas y explica por qué este es el punto de partida para la planeación de negocios. En esta sección final también se analiza el pronóstico de ventas, se presenta una guía de las técnicas de pronósticos.