

ADMINISTRACION DE VENTAS

En el enfoque de La Mercadotecnia es:

Proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean; a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

EL VÍNCULO ENTRE AMBOS ES:

MARKETING

No se puede prescindir del **MARKETING** ni separar a éste de la venta; ya que el primero investiga la mejor forma de satisfacer las necesidades, para a continuación entregar al mercado los satisfactores a través de las **VENTAS**.

En ella existen diferentes tipos de niveles jerárquicos que son:

Gerente regional de compras, Vicepresidente de ventas

Es el nivel más alto de los ejecutivos de ventas, reporta a la vicepresidencia de marketing o al presidente de la compañía. Se involucra en la planeación a largo plazo de alto nivel, para la compañía y es directamente responsable de la estrategia de ventas.

Gerente nacional de ventas

Es la unión entre las decisiones de más alto nivel de la compañía y los gerentes de ventas de línea, regionales. Es responsable de proporcionar dirección general a la fuerza de ventas y de tomar decisiones de alto nivel sobre las operaciones de ventas de los gerentes regionales de ventas.

Gerente distrital de ventas de sucursal o de campo

Son responsables de las actividades de ventas en línea de subdivisiones sucesivamente más ventas, divisional pequeñas de las operaciones de ventas de la compañía.

Supervisor de ventas

Éste es un vendedor con mayor experiencia, se encarga de proporcionar guía general y consejos a pocos vendedores en una sucursal o territorio de campo dados.

Las Responsabilidades básicas y deberes de todos éstos gerentes son:

COMPRESIÓN

- Comprender el papel del Gerente de ventas.
- Comprender el papel del vendedor.

PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN

- Planes y presupuestos de ventas.
- Cálculo de la demanda y pronósticos de ventas.
- Organización y estructura de la fuerza de ventas.

EL DESARROLLO

- Reclutamiento de candidatos.
- Selección y orientación de nuevos vendedores.
- Entrenamiento de los vendedores.

DIRECCIÓN

- Diseño de territorios y rutas.
- Establecimiento de cuotas de ventas y estándares.
- Compensación de la fuerza de ventas.
- Dirección de fuerza de ventas.

CONTROL Y EVALUACIÓN

- Análisis de ventas, costos y volumen.
- Medición y evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.

BIBLIOGRAFÍA:

- UNIVERSIDAD AMÉRICA LATINA, BIBLIOTECA *La administración profesional de ventas*

Recuperado de: http://ual.dyndns.org/Biblioteca/Administracion_de_Ventas/Pdf/Unidad_01.pdf

- ADVANCE CONSULTORA, Antonio Valdivia Ubeda, Socio Consultor, España, *Relación jerárquica entre ventas y marketing*

Recuperado de: <http://www.advanceconsultora.com/news/news2/articulo3.htm>

-RODRIGO.M.COM Digital Marketing; Rodrigo Hernandez, *Relacion entre Marketing y Ventas*

Recuperado de: <http://rodrigo.m.com/relacion-entre-marketing-y-ventas/>