

VENDER MÁS CON INTELIGENCIA EMOCIONAL



Duración: 80 horas
Modalidad: Teleformación

OBJETIVOS

- Acercar al alumno a los conceptos de inteligencia emocional.
- Entender qué son las emociones, cómo nos afectan laboralmente.
- Conocer los distintos perfiles comerciales.
- Lograr apreciar el fracaso.
- Introducir al alumno al concepto de la dimensión intrapersonal.



- Conocer las habilidades que componen la inteligencia emocional, su utilidad y su importancia.
- Conocer los distintos modelos de inteligencia emocional.
- Conocer el funcionamiento de nuestro cerebro y sus distintas partes, emocional, reptil y racional.
- Distinguir la inteligencia empresarial de la inteligencia emocional.
- Cómo afectan las emociones en la prevención de riesgos laborales.
- Conocer los pasos del proceso de la venta.
- Aprender a preparar una visita.
- Saber investigar el mercado, la competencia.
- Cómo organizar los objetivos de la visita, qué tipos de preguntas vamos a utilizar, y cuál será la estrategia de actuación.
- Insistir en la importancia de la preparación psicológica del comercial ante una negativa, afrontar la frustración y el rechazo para evitar negatividades.
- Aprender a distinguir los tipos de clientes. Análisis de su personalidad y métodos de tratamiento personalizado.
- Saber qué quiere cada cliente para lograr su satisfacción. Conocer las motivaciones de compra de cada uno, y su sistema de valores.
- Conocer estrategias para vender más mediante la automotivación, la comunicación persuasiva y el reconocimiento de emociones ajenas.



ÍNDICE

TEMA 1 INTRODUCCIÓN A LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

- Definición de inteligencia emocional.
- Qué son las emociones.
- El perfil comercial.
- El éxito y el fracaso.
- Dimensión intrapersonal.

TEMA 2 LAS HABILIDADES

- Definición de habilidad.
- Autoconciencia.
- Autorregulación.
- Motivación.
- Empatía.
- Habilidades sociales.

TEMA 3 MODELOS DE INTELIGENCIA EMOCIONAL

- Los modelos.
- Modelos mixtos.
 - Modelo de Goleman.
 - Modelo de Reuven Bar - On.
- Modelos de habilidades.
 - Modelo de Mayer, Salovey y Caruso.
- Otros modelos.



TEMA 4 ESTUDIO DE LAS EMOCIONES

- El cerebro emocional.
 - El cerebro reptil.
 - El cerebro racional.
- Inteligencia empresarial.
- Las emociones en el trabajo.
- La prevención de riesgos laborales.

TEMA 5 EL PROCESO DE LA VENTA

- Concepto y evolución.
- Superando la crisis.
- La estrategia comercial.
- Tipos de comercial.

TEMA 6 PREPARACIÓN DE LA VISITA

- La información.
- El mercado. Conocimiento y Segmentación.
- Objetivos de la visita.
- La competencia.
- Preparar las preguntas.
- Tipos de preguntas.
- Estrategia de actuación.
- Preparación psicológica.

TEMA 7 EL CLIENTE

- Definición e importancia.
- Estrategias comerciales.
- Visita y presentación del producto.
- Tipos de clientes.



TEMA 8 LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- Definición.
- Aspectos de la satisfacción.
- Sistema de valores del cliente.
- Motivaciones de compra.

TEMA 9 CÓMO VENDER MÁS

- La clave de la automotivación.
- Cómo vender más.
- Cómo llegar a más clientes.
- Reconocimiento de emociones ajenas.
- Relaciones interpersonales.
- La persuasión inteligente.
- Comunicación y personalidad.