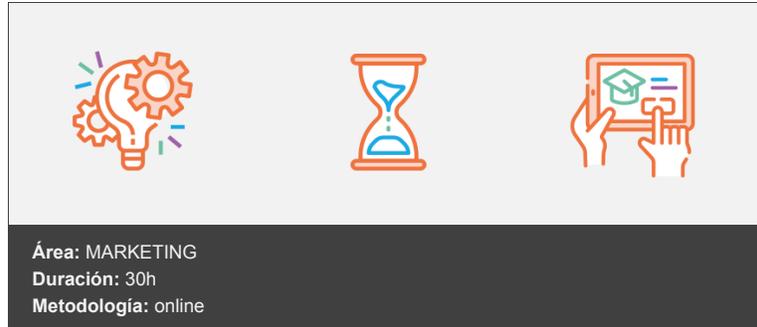


Inteligencia emocional aplicada a la venta: marketing de la experiencia



Objetivos

- Analizar los efectos de la inteligencia emocional para el marketing de la experiencia tanto desde el enfoque del cliente y la gestión de ventas como desde los diferentes radares implicados.
- Definir los principales conceptos relacionados con la inteligencia emocional y su influencia en la venta.
- Enumerar las distintas tipologías de clientes y las claves para la detección de necesidades, análisis del comportamiento y toma de decisiones.
- Diferenciar la actitud, la aptitud, el impulso competitivo y la creatividad como medios y aspectos fundamentales para la optimización en la gestión de ventas.
- Reconocer los radares emocionales dentro de la venta, desde los diferentes aspectos cerebrales hasta la importancia e influencia del espacio de venta

Contenidos y estructura del curso

1. Introducción.
2. El cliente.
3. Optimizar la gestión de ventas.
4. El radar emocional aplicado a la venta.

Metodología

En Criteria creemos que para que la formación e-Learning sea realmente exitosa, tiene que estar basada en contenidos 100% multimedia (imágenes, sonidos, vídeos, etc.) diseñados con criterio pedagógico y soportados en una plataforma que ofrezca recursos de comunicación como chats, foros y conferencias...Esto se logra gracias al trabajo coordinado de nuestro equipo e-Learning integrado por profesionales en pedagogía, diseño multimedia y docentes con mucha experiencia en las diferentes áreas temáticas de nuestro catálogo.

Perfil persona formadora

Esta acción formativa será impartida por un/a experto/a en el área homologado/a por Criteria, en cumplimiento con los procedimientos de calidad, con experiencia y formación pedagógica.

*En Critería queremos estar bien cerca de ti, ayúdanos a hacerlo posible:
¡Suscríbete a nuestro blog y síguenos en redes sociales!*

Blog de Critería

