



Curso Online de **La Venta Emocional**

Metodologías y estrategias de Inteligencia Emocional para crear vínculos personales con sus clientes que le permitan diferenciarse de la competencia.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

La Venta Emocional

Presentación

Este curso de venta emocional es una metodología de eficacia probada donde, a través de la Inteligencia Emocional, y desde el autoconocimiento a uno mismo, el conocimiento del cliente y la gran cantidad de herramientas y estrategias para trabajar desde la venta emocional, es posible conectar más fácilmente con el cliente, descubrir sus necesidades más profundas y ofrecerle la mejor solución.

La experiencia y la satisfacción de compra del cliente se incrementa con esta metodología, teniendo como resultado una mejora en la calidad y la cantidad de clientes y ventas realizadas.

La venta emocional es un paso a paso sencillo y que se adapta perfectamente a cualquier tipo de producto o servicio que se ofrezca a los clientes, permite vivir la venta de forma más natural como algo que está innato en cada uno, es tener en cuenta cada uno de los detalles, cada una de las estrategias que hacen que la venta suceda desde ese entendimiento y conexión emocional con nosotros mismos y con el otro, en definitiva, con los clientes.

Adquirir todos estos conocimientos y destrezas asegura conseguir diferenciarse en la atención al cliente y las ventas, construyendo una cultura de servicio emocional y una mejora en las experiencias de compra del cliente, su satisfacción, fidelización y en el aumento de beneficios.

La Educación On-line

Con más de 25 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado.

2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

4 *Trabajar* con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

La Venta Emocional

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **50 horas** distribuidas en 5 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Los 5 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

La Venta Emocional



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo aplicar todas las estrategias sobre la venta emocional para vender más y mejor.
- Qué es la Inteligencia Emocional y cómo conocerse a uno mismo es necesario para conocer mejor al cliente.
- Cuáles son las principales claves de la persuasión para convertirse en un experto de la venta emocional.
- Qué mecanismos emocionales intervienen en la venta de cualquier producto o servicio.
- Cómo descubrir las habilidades y fortalezas que ya tenemos para la venta, cómo entrenarlas y conocer la personalidad del vendedor para ponerlas al servicio del cliente.
- Cómo descubrir las propias emociones y gestionarlas para entrenarse como vendedores en la interacción emocional con el cliente.
- Qué estrategia nos permitirá reconocer y promover el valor emocional de los productos o servicios.
- Cómo mejorar las experiencias de compra del cliente, su satisfacción, fidelización y cómo aumentar los beneficios.
- Una metodología sencilla y paso a paso que le permitirá tener la sensación de “vender sin vender”, realizando ventas naturales y no forzadas.

“ En la venta lo relevante no es lo que se vende, sino cómo se vende”

Dirigido a:

Directores Comerciales, Jefes de Ventas, Delegados de Zona y, en general, a cualquier profesional de la venta que quiera conocer o afianzar sus conocimientos sobre la venta emocional y aumentar así sus posibilidades de éxito.



Contenido del Curso

MÓDULO 1. Puesta en marcha

2 horas

La hoja de ruta y el hilo conductor de este curso está preparado para ir de menos a más... De dentro de uno mismo hacia fuera, porque además de las estrategias a la hora de realizar ventas emocionales, el trabajo siempre comienza en uno mismo, en descubrirse como vendedor, como cliente, conocer al cliente y aprender a conectar con él.

- 1.1. Presentación y hoja de ruta.
- 1.2. La responsabilidad y el compromiso:
 - 1.2.1. Compromiso de 10.
- 1.3. La zona de confort:
 - 1.3.1. Zona de aprendizaje.
 - 1.3.2. Zona de pánico.
 - 1.3.3. Zona mágica.
- 1.4. Qué son las creencias:
 - 1.4.1. Cómo se conforman.
 - 1.4.2. Estructura de una creencia:
 - 1.4.2.1. Creencias limitantes.
 - 1.4.2.2. Creencias poderosas.
- 1.5. El proceso de aprendizaje:
 - 1.5.1. La incompetencia inconsciente.
 - 1.5.2. La incompetencia consciente.
 - 1.5.3. La competencia consciente.
 - 1.5.4. La competencia inconsciente.

MÓDULO 2. La venta y los vendedores

8 horas

El objetivo para que la venta suceda, para que fluya es empezar a verla como algo natural, como algo humano, donde simplemente alguien necesita algo y el vendedor cubre esa necesidad. Es necesario tomar conciencia del lado amable de lo que de verdad significa vender y cómo conectando desde ahí la venta fluye natural y los clientes quedan satisfechos.

- 2.1. Vender es humano:
 - 2.1.1. ¿Existen los vendedores de humo?
 - 2.1.1.1. Expresiones negativas de la venta.

La Venta Emocional

- 2.1.2. Qué es vender:
 - 2.1.2.1. El sirviente como líder.
- 2.1.3. La venta, un conjunto de detalles.
- 2.2. El vendedor que llevas dentro:**
 - 2.2.1. Somos vendedores:
 - 2.2.1.1. El vendedor nace o se hace.
 - 2.2.2. La personalidad del vendedor:
 - 2.2.2.1. Los extrovertidos.
 - 2.2.2.2. Los introvertidos.
 - 2.2.2.3. Los ambivertidos.
 - 2.2.3. Cualidades de un vendedor de éxito:
 - 2.2.3.1. La pócima mágica.
 - 2.2.3.2. La radiografía.
 - 2.2.4. El entusiasmo.

MÓDULO 3. Conexión total

8 horas

Para conectar totalmente con el cliente es necesario primero conocerse a uno mismo en su papel como cliente. Descubrir la relación que se tiene con el cliente que también vive dentro de cada vendedor para que, de esta forma, sea más fácil empatizar y conectar con los clientes, aumentar la confianza y poder generar más ventas.

- 3.1. Lo que el cliente necesita y espera del vendedor:**
 - 3.1.1. Conocernos como clientes.
 - 3.1.2. ¿Persona o cliente?
 - 3.1.3. Mostrar lo que necesita el cliente.
- 3.2. Entender al cliente y su comportamiento:**
 - 3.2.1. La atención al cliente y la calidad de servicio.
 - 3.2.2. Los motivos de compra.
 - 3.2.3. Qué buscan los clientes.
 - 3.2.4. ¿El cliente siempre tiene la razón?
- 3.3. La comunicación efectiva:**
 - 3.3.1. Comunica o te comunicas:
 - 3.3.1.1. La comunicación verbal.
 - 3.3.1.2. La comunicación paraverbal.
 - 3.3.1.3. La comunicación no verbal.
 - 3.3.1.4. El feedback.

La Venta Emocional

3.3.2. Bailar con el cliente:

3.3.2.1. Calibración.

3.3.2.2. Sintonía o rapport.

3.3.2.3. Eliminar la barrera del cliente desconocido.

3.3.3. Nuestros diferentes mapas.

3.4. Crecer como persona:

3.4.1. El modelo de Carl Rogers:

3.4.1.1. La aceptación incondicional.

3.4.1.2. La autenticidad.

3.4.1.3. La empatía profunda.

MÓDULO 4. La Inteligencia Emocional aplicada a la venta

19 horas

Un buen vendedor es aquel que tiene un buen conocimiento de los clientes más un dominio natural de la venta emocional.

Esta venta emocional no es solo el fruto de las cualidades innatas y del talento natural de las personas, si no que existe una forma de trabajar en estas habilidades para mejorarlas.

4.1. Conocer las emociones:

4.1.1. Los 3 cerebros:

4.1.1.1. El cerebro reptiliano.

4.1.1.2. El cerebro emocional.

4.1.1.3. El cerebro racional.

4.1.2. Qué es la Inteligencia Emocional.

4.1.3. Las emociones:

4.1.3.1. La ira.

4.1.3.2. El miedo.

4.1.3.3. La tristeza.

4.1.3.4. La alegría.

4.1.3.5. La casa.

4.1.4. Los estados de ánimo.

4.2. Habilidades prácticas de la IE:

4.2.1. La autoconciencia.

4.2.2. El control emocional:

4.2.2.1. El control de la ira.

4.2.2.2. El control del miedo.

4.2.2.3. El control de la tristeza.

4.2.2.4. El control de la alegría.

4.2.2.5. El control de los estados de ánimo.

La Venta Emocional

- 4.2.3. La motivación.
- 4.2.4. La empatía:
 - 4.2.4.1. El desarrollo de la empatía.
- 4.2.5. La escucha empática:
 - 4.2.5.1. Obstáculos en la escucha.
 - 4.2.5.2. Desarrollo de la escucha empática.
- 4.3. Manejo de las relaciones con uno mismo:**
 - 4.3.1. El foco de control.
 - 4.3.2. Círculo del comportamiento.
- 4.4. Entender emociones del cliente:**
 - 4.4.1. Identificar emociones del cliente.
 - 4.4.2. Necesidades racionales y emocionales:
 - 4.4.2.1. Por qué compran los consumidores.
 - 4.4.3. El valor emocional de los productos:
 - 4.4.3.1. El interior del producto o servicio.
 - 4.4.3.2. Transmitir el valor del producto o servicio.
 - 4.4.3.3. Expresar las emociones del producto.
 - 4.4.4. Las preguntas emocionales. Conexión emocional en la venta.
 - 4.4.5. Claves de la persuasión de la venta emocional.

MÓDULO 5. La estrategia de la venta emocional

13 horas

Las emociones, las habilidades prácticas de la Inteligencia Emocional y una efectiva estrategia de venta paso a paso, teniendo en cuenta cada detalle, son fundamentales para que tanto el cliente como el propio vendedor tengan experiencias de compra que superen las expectativas de ambos.

- 5.1. La estrategia de la venta emocional.**
- 5.2. Los momentos de la venta emocional:**
 - 5.2.1. El momento de la acogida:
 - 5.2.1.1. Acercamiento y ofrecimiento.
 - 5.2.2. El momento de la investigación.
 - 5.2.3. El momento de la reflexión.
 - 5.2.4. El momento de respuesta a las necesidades:
 - 5.2.4.1. Las objeciones del cliente.
 - 5.2.5. El momento de la confianza.
 - 5.2.6. El momento de generar nuevas necesidades.
 - 5.2.7. El momento de fidelización.
 - 5.2.8. El momento del cierre:
 - 5.2.8.1. El cobro.

La Venta Emocional



5.2.8.2. Satisfacción y excelencia.

5.2.8.3. Insatisfacción.

5.2.9. Generar experiencias.

La Venta Emocional

Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:



Nuria González

Coach profesional acreditada por ADESCO, Máster en PNL y formadora con amplia experiencia en el desarrollo de personas, las ventas y la relación con el cliente.

La autora y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en LA VENTA EMOCIONAL**. Para ello, deberá haber realizado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

