

## TITULO: INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LA VENTA: MARKETING DE LA EXPERIENCIA

**HORAS: 30**

### **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 necesidades, análisis del comportamiento y toma de decisiones.
- Diferenciar la actitud, la aptitud, el impulso competitivo y la medios y aspectos fundamentales para la optimización en la gestión de ventas.  
aspectos cerebrales hasta la importancia e influencia del espacio de venta.

### **CONTENIDOS:**

#### **Definición de venta emocional: feeling**

- Inteligencia emocional
- Habilidades sociales: comunicación, asertividad, escucha activa - El cliente

#### **Tipologías emocionales de los clientes**

- Mecanismos de detección de necesidades
- Comportamiento del comprador
- La compra como proceso de toma de decisiones - Optimizar la gestión de ventas

#### **El impulso competitivo**

- Aptitud y actitud como vendedor
- Creatividad en la gestión de ventas
- El radar emocional aplicado a la venta

#### **El cerebro del vendedor. El cerebro del comprador**

- Áreas de comunicación: lenguaje verbal, lenguaje paraverbal, lenguaje corporal - Superar objeciones en la venta
- La importancia del espacio de venta