



Inteligencia emocional y relaciones personales en la venta

En los últimos diez años, el mercado y la forma de comprar y vender han cambiado más que en los cincuenta anteriores. Debemos poner el foco en la persona en lugar de en el producto o servicio y enfocarnos en ofrecer una solución. El momento de cambio que estamos viviendo y las dificultades que atraviesan los clientes históricos o potenciales, hace que sea necesario conocer con más detalle las necesidades del cliente.

En este nuevo escenario, el vendedor debe convertirse en asesor poniendo al cliente en el centro. Para ello hay que conocerlo y explorar sus posibles necesidades basándonos en la persona superando las barreras que podamos encontrarnos. Debemos conectar con el cliente para entender lo que necesita ganarnos su confianza y proponerle soluciones adecuadas.

OBJETIVOS GENERALES:

Son muchas y diversas las preguntas que nos sugieren la necesidad de desarrollar un seminario donde conozcamos y reforcemos las cualidades para una relación más cercana y personal en la venta:

- ¿Por qué encontramos barreras en la venta?
- ¿Cómo vender en un mercado con poca demanda o mucha competencia?
- ¿Por qué los comerciales bajan sus ventas? ¿Les falta especialización?

BENEFICIOS PARA LOS ASISTENTES:

A lo largo del seminario se trabajarán:

- Las habilidades para conocer mejor al cliente y dar respuestas adecuadas a sus demandas
- La escucha activa y la empatía con nuestro interlocutor
- La inteligencia emocional aplicada a la satisfacción de necesidades y la venta
- La capacidad de argumentación con el objetivo básico de satisfacer las necesidades del cliente

Solicitado a la Comisión de Garantías de la FEE el **reconocimiento de 0,5 créditos de libre elección.**

DIRIGIDO A:

Estudiantes de todos los grados la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Zaragoza interesados en mejorar su formación incorporando las bases de la inteligencia emocional para mejorar sus relaciones profesionales y sociales con las personas de su entorno.



CONTENIDOS:

- Cualidades necesarias para el éxito en la venta
- Actitud proactiva y motivación
- Identificación del móvil de compra del cliente a
- Desarrollo del talento comercial
- La importancia de la resistencia al “no”
- Cliente universal
- Por qué se pierden los clientes
- Claves en una negociación

METODOLOGÍA DIDÁCTICA:

En el seminario se empleará una metodología activa que permitirá al alumnado trabajar en los conocimientos, análisis y retos que plantea el programa, aplicándose a los casos reales de los participantes.

El seminario incluirá talleres y actividades grupales para trabajar de forma conjunta e interactiva, pero también actividades a desarrollar de forma autónoma e individual.

Fechas: 3 y 10 de febrero

Horario: 16:00-20:00 horas

Lugar: Salón de Actos de la Facultad de Economía y Empresa (Gran Vía 2)

Para el reconocimiento **de 0,5 créditos de libre elección**, el estudiante deberá asistir a las dos sesiones y desarrollar un pequeño trabajo autónomo.

FORMADOR:

José Antonio Ramos actualmente es **director general** de **AVANTE MEDIOS** en ARAGON y director de **Extradigital.es**. Gran parte de su carrera la ha desarrollado en el mundo de la comunicación como director general del área de medios del **Grupo ACASA** donde dirigió entre otros **PUNTO RADIO ARAGON**.

Anteriormente fue Director Comercial de las empresas del Grupo Rey Asociados Comunicación donde desarrolló su labor impulsando proyectos en Aragón, como la comercialización de la televisión regional **ANTENA ARAGON**, **Diario Marca**, **Radio Intereconomía** o el **Centro de Producción Audiovisual**.

El inicio de su carrera profesional estuvo enmarcado dentro del sector financiero trabajando en entidades como Banco Santander o Caja Inmaculada.

Posee un MBA en Dirección de Empresas, un Postgrado en Dirección de Ventas y un Programa de Alta Dirección en Negocios Digitales. Además, ha colaborado en medios de comunicación como Expansión, Onda Cero y Aragón Televisión.

INSCRIPCIÓN: <https://forms.gle/gpymqp8DQr94P4sx8>