



Guía Didáctica

Gestión de clientes difíciles con Inteligencia Emocional

REF: 1510011FC
Modalidad: Online
Duración: 80 horas

Objetivos del curso

- Conocer en qué consiste la inteligencia emocional, cómo funcionamos emocionalmente.
- Dominar las habilidades emocionales, y utilizarlas para generar mejores relaciones con los clientes.
- Aprender a comunicarnos de manera eficiente con los clientes difíciles, controlar las palabras y los gestos clave para generar situaciones propicias.
- Conocer las claves de la comunicación persuasiva.
- Controlar las fórmulas de la atención personalizada de cada cliente.
- Conocer los elementos del saludo y la rentabilidad de la buena imagen.
- Analizar al cliente para aplicar las estrategias comerciales apropiadas.
- Averiguar las necesidades del cliente, sus deseos, sus expectativas para conseguir su satisfacción.
- Orientarnos al cliente en la visita y la presentación del producto.
- Uso de las preguntas en función de la personalidad del cliente.
- Uso de la inteligencia emocional para tratar al cliente difícil.
- Aprender a conocernos para reconocer al resto.
- Uso de la automotivación para lograr los objetivos comerciales.
- Análisis de las características de los clientes difíciles. Técnicas para su tratamiento y fidelización.

Contenidos de la formación

UNIDAD 1. INTELIGENCIA EMOCIONAL

Definición de inteligencia emocional.

Qué son las emociones.

El perfil comercial.

El éxito y el fracaso.

UNIDAD 2. HABILIDADES EMOCIONALES

Definición de habilidad.

Autoconciencia.

Autorregulación.

Motivación.

Empatía.

Habilidades sociales.

UNIDAD 3. COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

Saber comunicarnos.

Comunicación y personalidad.

Observar, escuchar y actuar.

- Lenguaje hablado.
- Palabras clave. Programación Neurolingüística.
- El lenguaje corporal.
- La escucha activa.

La comunicación persuasiva.

UNIDAD 4. LA ATENCIÓN AL CLIENTE

En qué consiste la atención al cliente.

Rentabilidad de la profesionalidad.

Elementos del saludo.

El cuidado de la imagen.

UNIDAD 5. CONOCER AL CLIENTE

¿Quién es el cliente?

Estrategias comerciales.

¿Qué quieren los clientes?

Orientar la visita y presentación del producto.

Personalizar las preguntas.

UNIDAD 6. EL CLIENTE DIFÍCIL

La Inteligencia Emocional y el cliente.

Conocernos a nosotros para conocer al cliente.

Reconocer emociones ajenas.

Automotivación para el éxito.

Tipos de conductas conflictivas.

Tipos de clientes.

Los clientes problemáticos.

Técnicas para tratar a clientes difíciles.

UNIDAD 7. LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Definición de satisfacción.

Aspectos de la satisfacción del cliente.

Sistema de valores del cliente.

Comportamiento del consumidor.

Necesidades del cliente.

Motivaciones de compra.

Los deseos del consumidor.

Generalidades de la formación

Metodología:

Formación en modalidad online de 80 horas de duración.

Los cursos online no disponen de material didáctico físico. El acceso al contenido y a los recursos complementarios se realiza a través del aula virtual, identificándose con las claves de acceso que se le proporcionan a cada alumno.

Las tutorías por parte del docente se realizan a través de la plataforma virtual, mediante la cual el docente/tutor dinamiza la formación, resuelve todas las dudas que puedan surgir respecto a la materia, promueve la participación de los alumnos/as y vela por el aprovechamiento de los contenidos didácticos, con tutorías personalizadas.

Es obligatorio realizar el curso a través del campus virtual. Para que el curso sea válido, el/la alumno/a debe acceder dentro del período establecido de forma progresiva (fechas de inicio y finalización) al 75% del temario a través de la plataforma y realizar todas la/s prueba/s de evaluación propuesta/s. El tiempo de conexión de los participantes debe estar en consonancia con el aprendizaje y las horas de duración del curso, como mínimo, será del 30% del total. Se emitirá diploma acreditativo una vez superados los requisitos del curso.

Requisitos para la bonificación:

Para que la formación bonificada sea considerada válida, el/la alumno/a debe:

- Acceder a la plataforma virtual de manera continua y progresiva dentro de las fechas de inicio y fin. El tiempo de dedicación del alumno debe estar en consonancia con la duración del curso.
- Visualizar al menos el 75% de los contenidos teóricos del curso y realizar como mínimo el 75% de las actividades y/o pruebas de evaluación.
- Aprobar la/s evaluación/es final/es obteniendo una calificación mínima de 5/10.