

EMOCIONALNA INTELIGENCIJA I USPEH U PRODAJI

Kakve veze imaju emocije i prodaja? Ako ste se do sada bavili bilo kakvom vrstom prodajom onda vam je sigurno jasno da imaju velike veze.

Emocije olakšavaju i pospešuju prodaju. Emocije mogu da upropaste prodaju. Osećanje straha i nepoverenja su velika prepreka tokom prodajnog procesa, a sigurnost i poverenje čine prodaju mogućom. Kupci koju se osećaju prijatno su spremniji da sarađuju sa vama. Otvoreniji su.

Pored toga, emocije koje u sebi „ima“ prodavac su takođe veoma važne za uspešnu prodaju. Motivisan prodavac, pun entuzijazma i optimizma, je prodavac koga svaki kupac želi. S druge strane, neraspoloženog, neprijatnog, utučenog prodavca, svako do nas bi najradije izbegao.

Prodajom mi prodajemo i prenosimo na kupca emocije. Emocije koje imamo u vezi našeg proizvoda ili usluge, emocije koje imamo u vezi naše firme i našeg posla.

Samopouzdanje, samopoštovanje, optimizam, motivacija su sami po sebi emocije ili su sa njima organski povezani. Kada u taj miks dodamo i empatiju, onda imamo jedan veoma moćan „koktel“ koji prodaju čini mogućom.

Sve navedeno je deo nečega što se zove emocionalna inteligencija za koju brojna istraživanja, ali i zdrav razum, pokazuju da je odgovorna za veliki deo našeg uspeha, kako u poslu i prodaji, tako i generalno u životu.

Šta je to emocionalna inteligencija?

Emocionalnu inteligenciju (EI) možemo definisati miks različitih sposobnosti: sposobnost da prepoznamo i razumemo sopstvene emocije, ali i emocije drugih ljudi; sposobnost empatije; sposobnost da umemo pozitivno da utičemo na druge, ali i na sebe. I poslednje, ali ne i najmanje važno, sposobnost da spoznamo sebe, da bude svesni svojih osobina, kvaliteta i mana, ličnih vrednosti, uverenja, motivacije, kao i sposobnost da „shvatimo“ kako nas drugi doživljavaju.

U nastavku teksta možete naći kraći opis nekoliko ključnih oblasti emocionalne inteligencije. Samosvesnost podrazumeva našu sposobnost da sebe upoznamo i da (u određenoj meri) objektivno procenimo sopstvene vrline i mane, naše lične vrednosti, ciljeve, glavne pokretače, demotivatore...

Da bi neko bio emocionalno inteligentan, ključno je da ume da prepozna svoje emocije, ali da pre toga bude svestan da uopšte nešto oseća, tj. da je u kontaktu sa sopstvenim

emocijama, da ih ne potiskuje, ali i da ih ne ispoljava „nekontrolisano“. Povezano sa tim, važno je i da umemo da prepoznamo emocije kod drugih ljudi.

Upravljanje emocijama predstavlja našu sposobnost da kontrolišemo svoje ponašanje kada smo pod uticajem jakih neprijatnih, ali ponekad i prijatnih emocija. Pored toga, upravljanje emocijama ima i svoju „naprednu“ verziju a to je da umemo da utičemo na javljanje prijatnih emocija u nama samima.

Empatija podrazumeva sposobnost da razumemo, ali i da „osetimo“ šta druga osoba oseća, kao i da razumemo šta oseća i zbog čega oseća. U poslovnom okruženju, veoma je važno i razumeti kako druga osoba razmišlja, koji je njen „ugao gledanja“, kao i zbog čega se ponaša na način na koji se ponaša. Važno je i da empatiju ne mešamo sa saosećanjem i sažaljenjem. Kada smo u ulozi prodavca naš posao nije da žalimo kupca ili da tugujemo zajedno sa njim, već da ga saslušamo, razumemo i ponudimo mu ono što njemu rešava problem koji ima.

Povezanost emocionalne inteligencije i uspeha u prodaji

EI na različite načine pozitivno utiče na uspeh prodavaca. Brojna istraživanja su te time bavila, a jedno od najpoznatijih jer u rađeno u Met Life-u. Njihov fokus je bio na optimizmu prodavaca životnih osiguranja. Rezultati do kojih su došli su bili veoma indikativnih – optimistični prodavci su za 37% bili uspešniji od svojih pesimističnih kolega. Pored toga, optimistični prodavci su manje skloni da odustaju i da zbog odbijanja od strane klijenata daju otkaz. Suština je u tome da je optimizam za prodavce pravo „gorivo“ i pomaže im da prevaziđu teške trenutke i nastave da idu ka svome cilju.

Sposobnost upravljanja emocijama i nošenja sa stresom su još jedan aspekt EI koji je veoma važan za uspeh kako u prodaji, tako i generalno na poslu. Rezultati istraživanja koje je obavljeno sa menadžerima maloprodajnih objekata u SAD su pokazali da je veština upravljanja stresom direktno povezana sa profitom, prodaji po kvadratnom metru i prodaji po saradniku. Menadžeri koju uspešno kanališu svoj stres i ne prenose ga na svoj tim su bolji, kako za svoj tim tako i za kompaniju u celini.

Negativne emocije i njihovo nekontrolisanje je takođe povezano sa uspehom u prodaji o čemu nam govore istraživanja rađena u call centrima u Britaniji. Pored toga, EI je posebno važna kada prodavci dolaze u kontakt sa veoma teškim kupcima, jer u tim situacijama samo izrazito visoko emocionalno inteligenta osoba može ostvariti povoljan ishod, kako za sebe i kompaniju u kojoj radi, tako i za navedene kupce.

Unapređenje emocionalne inteligencije?

Biti svestan značaja EI je jedna stvar, ali biti sposoban da je kod sebe unapredimo, to je sasvim druga stvar. Da bismo sebe unapredili, ključno je sledeće – da smo motivisani za

promenu, da smo svesni šta trebamo da promenimo i da znamo kako to da uradimo. Brojni su načini na koje možemo raditi na unapređenju nivoa EI, a za kraj ovog teksta, sa vama ćemo podeliti nekoliko konkretnih saveta koji vam u tome mogu biti od pomoći.

1. Analizirajte vaše prodajne sastanke. Pitajte sebe šta je bilo dobro, a šta ste mogli bolje da uradite. Ako idete sa sastanak sa kolegom, onda obavezno jedan drugome dajte fidbek. Ključno je da taj fidbek bude konkretan, da vama bude jasno u čemu ste dobri a šta trebate da unapredite.
2. Analizirajte sa kakvim vam kupcima prodaja dobro ide? Zbog čega baš sa njima?
3. Analizirajte sa kakvim vam kupcima prodaja slabo ili nikako ne ide? Zbog čega baš sa njima? Šta ćete kod sebe promeniti da biste i sa njima uspešno obavljali prodaju?
4. Analizirajte vaše emocionalne ispada – situacije u kojima ste preterano odreagovali. Situacije u kojima ste imali osećaj da emocija upravlja vama a ne vi njima. Situacije kada ste rekli ili uradili nešto pa zbog toga momentalno zažalili. Šta vam takve situacije govore o vama? Gde ste slabi, koji su vaši okidači, vaše slabe tačke?
5. Postavite sebi ciljeve i obavezno ih zapišite. Ciljevi će vam davati snagu da istrajete kada vam se učini da je situacija beznadežna. Veoma je važno da i vi imate svoje ciljeve, a ne samo one koji su vam postavljeni od strane kompanije. Kompanijski ciljevi su tu da vas usmeravaju, ali vaši ciljevi, kako lični tako i poslovni, su tu da vas motivišu.