

© Гулюк Н. В., 2017

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

О существовании такого феномена, как эмоциональный интеллект, уже не раз спорили ученые — одни утверждали, что это лишь разновидность интеллекта и психологии; другие — что это отдельное явление, которое заслуживает особого научного подхода к изучению. Автор статьи приводит самые разнообразные определения «эмоционального интеллекта», рассматривает его полезность и необходимость в сфере продаж и мотивирования команды, определяя ключевые аспекты его развития у человека.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект, продажи, потребности клиента, мотивирование команды

Большинство интересных проектов терпят неудачу после того, как сталкиваются с внешними и внутренними факторами, тормозящими их развитие и жизнедеятельность. В сфере продаж чаще всего не приносят своей выгоды маркетинговые проекты, направленные на привлечение клиентов и увеличению товарооборота. Среди внешних факторов, препятствующих активации источников роста объема продаж, можно отметить развитие отношений с представителями торговых точек, их неспособность оплачивать заявки с продукцией и тяжелые для них переговоры по проведению маркетинговой акции. К внутренним же факторам относят недостаток ресурсов или финансирования, и проектную команду, которая в силу своей недостаточной мотивации готова покинуть проект при первых признаках провала.

Эмоциональный интеллект в продажах является, в своем роде, неким «спасательным кругом», решением того, как противостоять внешним и внутренним факторам. Несмотря на то, что ученые до сих пор спорят о том, существует ли он в качестве особой формы или разновидности интеллекта и психологии, полезность эмоционального интеллекта очевидна и ощутима. Соответственно, в бизнесе возникает новая мудрость, когда в компании принимаются неправильные решения, чаще всего за ними стоит что-то плохое настроение [3].

Существуют два отличных друг от друга мнения по поводу возможности развития эмоционального интеллекта. Одни ученые (например, Дж. Мейер) придерживаются мнения, что практически невозможно повысить уровень собственного эмоционального интеллекта, так как это относительно устойчивая способность, не поддающаяся изменениям. С другой стороны,

эмоциональные знания — вид информации, которой эмоциональный интеллект постоянно оперирует, — довольно легко приобретаются, в том числе, в процессе обучения. Оппоненты этой теории (в частности, Д. Гулман) считают, что эмоциональный интеллект можно и нужно развивать. Одним из доказательств этой позиции является факт того, что нервные пути мозга находятся в постоянном развитии вплоть до середины человеческой жизни. В связи с этим эмоциональное развитие становится вполне возможным, ведь оно проявляется в сознательном регулировании эмоций.

В любом случае, ученые пришли к единому определению понятия эмоционального интеллекта — это способность человека распознавать эмоции других людей, понимать их намерения, мотивацию и желания и свои собственные. Это также умение управлять своими эмоциями в целях решения практических задач, влиять на качество принимаемых другими людьми управленческих решений посредством управления эмоциями этих людей.

В отделе продаж наличие данной компетенции является ключевым конкурентным преимуществом перед компаниями-игроками на рынке как для сотрудника, так и для самой компании, в которой работают такие работники. Компетенция эмоционального интеллекта позволяет существенно улучшить качество исполняемой работы, договоренность с партнерами, поставщиками и подрядчиками, а также способствует поддержанию определенного имиджа компании.

Сфер применения эмоционального интеллекта в продажах может быть довольно много, но лучше всего сосредоточиться на трех основных направлениях:

- анализ проблематики клиента;

- переговоры и договоренности;
- мотивирование команды.

Развитие навыков эмоционального интеллекта в первых двух пунктах способствует противостоянию внешним факторам жизнедеятельности проектов, которые выражаются во взаимодействии с представителями торговых точек. Чаще всего возникают проблемы с дебиторской задолженностью, заведением нового продукта в ней, согласованием сроков доставки и суммы заказа, и тд. Таким образом, развивая эмоциональный интеллект и себе, сотрудник отдела продаж гарантирует себе новый систематический подход к решению данных проблем в будущем. Подход заключается в следующем:

- признать факт наличия проблемы (работа с собственными эмоциями и внутренними возражениями и отрицаниями). Как только этот аспект начнет функционировать, тогда вся энергия и усилия агента будут направлены уже на решение проблемы.

- почувствовать первоисточник проблемы клиента. Чаще всего причина проблемы, лежащая на поверхности, не является единственной и ключевой. Сотрудник, обладающий эмоциональным интеллектом, всегда попытается проникнуть вглубь проблемы клиента, увидеть то, что по-настоящему скрыто за его словами и эмоциями [2]. Например, в случае наличия дебиторской задолженности (проблема), клиент стандартно говорит, что у него нет денег на оплату (причина). В данном случае эмоциональный интеллект посредством открытых наводящих вопросов помогает понять причину отсутствия денег у клиента, пробиться сквозь его эмоции и недоверие. Например, денег нет из-за того, что появились неподалеку конкуренты и оттягивают на себя весь клиентопоток. Сам клиент не признался бы в этом добровольно, поскольку возможно не выполнил для себя первый шаг — не признал наличие проблемы и не связал ее именно с появлением конкурентов. В таком случае, человек, обладающий эмоциональным интеллектом, может предложить торговой точке завести ходовую новинку, которую, в обычном случае, никогда не предложил бы данному магазину, поскольку они итак с трудом отдают долги и, возможно, закрыты уже на отгрузку. При условии, что данной новинки пока нет в маршрутном листе в магазинах-конкурентах, клиентопоток данного клиента нормализуется, деньги у торговой точки появятся, и, соответственно, дебиторская задолженность устранилась. Принцип выстраивания взаимовыгодных отношений показан на рисунке 1.



Рис. 1. Формирование эффективных отношений

- провести переговоры об улучшениях в продажах, то есть презентовать свой товар таким образом, чтобы он стал интересным для партнера, подобрать нужные слова и разговорный язык, который будет доступным к пониманию клиента, который вызовет у него выгодные для агента эмоции и желания, который побудит клиента завершить сделку в выгодном для агента ключе.

Преодоление внутренних факторов, препятствующих жизнедеятельности проектов, в частности, такого как работа в команде, осуществляется также посредством применения эмоционального интеллекта. В данном случае, если есть команда отдела продаж и чувствуется длительная депрессия и сомнения относительно будущего проекта, то эмоциональный интеллект существенно помогает разрешить внутренние дилеммы. Для мотивирования своей команды необходимо выполнить примерно те же самые шаги, что и в случае с клиентом. Первое — это признать наличие проблемы с командой, а не закрывать глаза на нее, притворившись, что она сама устранилась. Вторым важным моментом — проникнуть в суть депрессивного состояния своей команды, поинтересоваться, почему рабочие трудности даются ей особенно тяжело именно сегодня. Вероятнее всего, причина будет связана с личными проблемами. В бизнесе всегда необходимо разграничивать личное и рабочее, чтобы в случае неуспеха рушилось не все сразу и целиком, однако иногда стоит проявлять человеческие эмоции непосредственно на рабочем месте для того, что придать значимость и ценность своему сотруднику [1]. Если с помощью применения эмоционального интеллекта попробовать проникнуть в его внутренние дилеммы, задав пару наводящих и актуальных для его личных проблем вопросов, предложить помощь или просто поддержать, то это существенно сможет снизить уровень общественного волнения в коллективе, заставляя команду работать в заданном темпе.

Таким образом, развитие эмоционального интеллекта тесно связано с тем, насколько лучше сотрудник отдела продаж воспринимает окружающую его рабочую среду. Данный навык помогает, в первую очередь, справляться с собственными проблемами, формируя более устойчивое отношение к происходящему, к проблемам и конфликтам. В то же время он

способствует выстраиванию качественных эффективных взаимоотношений с представителями торговых точек и проведению взаимовыгодных переговоров. Кроме того, применяя эмоциональный интеллект в целях мотивирования собственной команды, можно достичь отличных результатов, избавляясь от внутренних факторов влияния на жизнедеятельность проектов. ■

1. Андреева И. Н. Предпосылки развития эмоционального интеллекта / И. Н. Андреева // Вопросы психологии. — 2007. — № 5. — С. 57—65.
2. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект в бизнесе — М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2013. — С. 512.
3. Стейн С. Дж. Преимущества EQ. // Б— М.: Баланс Бизнес Букс, 2010. — С. 384.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Андреева И. Н. Предпосылки развития эмоционального интеллекта / И. Н. Андреева //

Вопросы психологии. — 2007. — № 5. — С. 57—65.

Гоулман Д. Эмоциональный интеллект в бизнесе — М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2013. — С. 512.

Стейн С. Дж. Преимущества EQ. // Б— М.: Баланс Бизнес Букс, 2010. — С. 384.

The emotional intelligence in sales

© **Gulyuk N., 2017**

Many scientists have been arguing about the existence of such phenomenon as emotional intelligence. Some of them claimed that it is a kind of intelligence and psychology; others assured that it is a separate form, which deserves a special scientific approach to studying. The author of article gives the variety of definitions of «emotional intelligence», considers its usefulness in the sphere of sales and motivation of team, defining the key aspects of developing in personality.

Keywords: emotional intelligence, sales, needs of the customer, motivation of team
