



Эмоциональный интеллект в продажах

Продажи и эмоции, как это связано?

Оказывается, есть разные виды интеллекта и темой этой статьи будет относительно новая тема – тема ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЕКТА. Причем мы попытаемся развернуть эту тему непосредственно к продажам.

Уверен что с любым, кто читает эту статью была ситуация звонка из какого либо банка с целью что то оформить (карту/кредит/вклад/ и т.п.). И если вы сразу не бросили трубку и какое то время общались с сотрудником банка, то наверняка поняли, что он не разговаривает с вами, а читает вам, кем то другим написанный текст.

Ну и как вам было? Вдохновляло откликнуться на его предложение?

Рискну предположить что те кто пишет эти речевые шаблоны сами ненавидит когда с ними разговаривают подобным же образом.

Также, если сравнить двух продавцов, в одного из которых «сапогом на тренинге вбили» технологию продаж и речевые шаблоны. Но он общается с клиентом из ненадлежащего эмоционального состояния, например испытывает стеснение, равнодушие или не заинтересованность в клиенте. То такой продавец будет продавать мало или вообще ничего, не смотря на «правильно сказанные слова».

А другой продавец будет нарушать все правила продаж и ломать технологию, но говорить с клиентом что называется «по душам». Такой продавец продаст несомненно больше. И это конечно не идеальная модель работы, но я выберу именно его, так как его результат будет выше и заработает он больше.

Эту ситуацию, можно пояснить через следующую странную метафору, представьте:

1. Клиент – это мышечная клетка, далее: «МышцаКлиент»
2. Услуга – это глюкоза крови, далее: «ГлюкозаУслуга»
3. Польза от вашей услуги для клиента – это мышечный гликоген, далее: «ГликогеноПольза»
4. Продавец – это инсулин, далее: «ИнсулиноПродавец»
5. Сознание клиента – это рецепторы клетки реагирующие на инсулин, далее: «РецепторoРешатели»
6. Руководитель организации – это печень, далее: «ПеченьНачальник»

Следуя этой метафоре: на рынке сейчас слишком много «ГлюкозоУслуг», то есть товаров и услуг которые произведены и придуманы и которые надо куда то девать.

Что бы это все продать, нужна армия продавцов, и «ПеченьНачальник» нанимает «ИнсулиноПродавцов».

«ИнсулиноПродавцы» много раз на дню подкатывают к «МышцамКлиентам» и предлагают им свою «ГлюкозуУслугу».

«МышцыКлиенты» проходят три стадии:

1. Стадия первая **Высокой чувствительности к продажам**

«РецепторРешатели» почувствовав «ИнсулиноПродавцов» радуются, охотно с ними общаются и берут много «ГлюкозоУслуги»

Клиент наивен и чтобы продать надо:

-Четко следовать технике продаж

-Использовать простые/директивные способы продаж

-Применять речевые шаблоны

-Можно читать по бумажке и использовать методы из 90х годов, типа метода «трех Да»

-Быть настойчивым

Продажи – это просто технология

2. Стадия вторая **пред деабетного состояния в продажах**

«МышцаКлиенты» регулярно, в течении длительного времени «бомбардируются»

«ИнсулиноПродавцами», в результате чего «РецепторРешатели» притупляются и

«ГлюкозоУслуга» очень плохо проникает в «МышцаКлиента». В «КровиОрганизации» появляется излишняя «ГлюкозаУслуга».

«ИнсулиноПродавцы» жалуются на низкие зарплаты, «ПеченьНачальник» бросает в бой новых «ИнсулиноПродавцов».

Но «МышцаКлиент» сопротивляется и понимает что тут развелось слишком много «ИнсулиноПродавцов», отталкивает их и не получает «ГликогеноПользы».

3. Стадия третья **«продажный диабет»**

В следствии постоянной бомбардировки «ИнсулиноПродавцами»,

«РецепторРешатели» окончательно притупляются и не покупают

Приметы этой стадии:

-Клиенты вообще не замечают рекламных объявлений

-Клиенты отправляют в спам всю рассылку не читая и кладут трубки недослушав

-В ответ на вежливое предложение помочь – сразу говорят НЕТ и отворачиваются

Результат плачевный для всех сторон:

-«МышцыКлиенты» не получают «ГликогеноПользы» и продолжают тренироваться сами, то есть неправильно

-В «КровиОрганизации» остается слишком много «ГлюкозоУслуги» и

«ИнсулиноПродавцы» зарабатывают мало. Плюс получают стресс, плюс получают уверенность что этим клиентам продать невозможно

-«ПеченьНачальник» не выполняет план, «здоровье» организации ухудшается иногда приводя даже к летальному исходу компании

В этой современной текущей ситуации, люди перекормлены продажами и у них отрастает «броня» профессионального непокупателя. В результате, стандартные сухие техники продаж перестают работать и необходимо что то новое.

К тому же, есть еще одна скрытая сторона – это эмоциональное состояние продавца. После попытки продать или в конце рабочего дня где ему несколько раз приходилось вступать в контакт с потенциальными клиентами.

Чтобы продавать много необходимо делать много попыток и это аксиома.

Здесь можно заметить два негативных сценария:

Первый: когда тренер стесняется и не устанавливает с клиентами достаточно большого количества контактов. Или же не может ввиду внутренних комплексов предложить купить и назвать цену. И если в этой ситуации его менеджер будет на него давить, в плане: «давай делай это», результатом будет стресс сотрудника

И второй сценарий: когда продавец сознательно много контактирует с клиентами, но в силу неправильного настроения, получает большое количества отказов, результатом для него будет все тот же стресс

На выходе тренер помимо просто основной тяжелой работы – тренировок клиентов, дополнительно получает негативный стресс от процесса продаж. И в итоге более вероятны варианты развития эмоционального выгорания, снижения интереса к работе и потеря энтузиазма. А та самая потеря энтузиазма приводит к тому что сотрудник не «излучает» позитива и энергии, а это как будет описано ниже ведет к тому что клиенты не покупают, вызывая стресс у сотрудника. Круг замыкается и повторяется многократно, дальнейший результат понятен.

Что делать?

Фитнес тренер знает, что если нетренированный клиент начнет выполнять физические нагрузки, то чувствительность мышечных клеток к инсулину будет постепенно восстанавливаться и глюкоза начнет снова проникать в мышечную ткань. То есть спасение – это физические нагрузки.

И продолжая логику выше описанной метафоры, физическими нагрузками в нашем случае будет - нужное эмоциональное состояние при продаже.

Что же «ИнсулиноПродацу» необходимо сделать в плане работы над своим эмоциональным состоянием? Вот три вектора работы, усиление которых точно поможет восстановить «РецептоРешатели» клиентов и продавать больше:

1. Заинтересованность в клиенте.

Развивайте эмпатию, то есть умение поставить себя на место другого человека и понять, что же он чувствует в той или иной ситуации. Здесь можно посоветовать технику «Перевертыш». Возьмите для примера какого либо знакомого вам клиента, в отношениях с которым есть какая либо сложность/напряженность (например он длительное время не выполняет ваших рекомендаций). Создайте два списка, на пару предложений каждый:

Первый: как я вижу его ситуацию с моей стороны (что думаю/чувствую по этому поводу)

Второй: как он видит эту ситуацию с его стороны (что он думает/чувствует по этому же поводу)

Если списки получились похожими по смыслу, значит вы НЕ преуспели, переделайте упражнение.

Выполняя такое задание в отношении разных клиентов, вы гарантированно разовьете эмпатию, так как сможете лучше понимать ментальную карту другого человека. Что само собой приведет к тому что люди с которыми вы общаетесь будут чувствовать больший интерес к себе с вашей стороны.

Из этой позиции, когда вы лучше понимаете чаяния и потребности клиента, вы уже не сможете просто читать ему вслух заранее приготовленные речевые шаблоны.

А если и будете говорить усвоенными ранее речевыми заготовками, то скажете их своими словами, это будет органично и поэтому лучше восприниматься вашим оппонентом

В итоге: «Чтобы быть другому интересным – надо быть в нем заинтересованным». Развивайте свое состояние заинтересованности в клиенте.

2. Уверенность

Люди покупают у уверенных, особенно с учетом того что мы продаем «доверительную» услугу, то есть то в чем клиент не разбирается и делегирует решить стороннему специалисту. А для того чтобы к примеру доверить некому тренеру свою большую спину, клиент должен почувствовать «железобетонную» уверенность в этом тренере.

Как это развивать?

Вы можете вспомнить некие моменты из своего общения с новыми клиентами и оценить насколько вы излучали уверенность в разные моменты:

- Первый контакт
- Объяснение упражнения
- Коррекция техники выполнения
- Ответы на какие либо сомнения/возражения клиента
- Предложение купить
- Озвучивание стоимости своих услуг

Наверняка в какие то моменты вы были очень уверены в себе. Рискну предложить что это было когда вы занимались любимым делом – объясняли технику упражнений, показывая ее сами. В этот момент большинство тренеров демонстрируют высокий градус уверенности.

Но также, в моем опыте я видел, что у многих тренеров градус уверенности буквально обваливается в моменты предложения купить, обсуждения стоимости и не дай Бог при появлении у клиента возражений.

Имейте в виду следующий факт: вы уже обладаете уверенностью, она у вас уже есть! Просто эта уверенность проявляется вами в определенные моменты, но она уже у вас есть!

И тогда подумайте, как то что у вас уже есть, вы могли бы «пересадить» в другие моменты общения, например когда надо озвучить стоимость персонального тренинга. Также, здесь будет в тему одна фраза: «Для того чтобы продать свой товар другому человеку, надо сначала продать его себе». То есть, сам тренер лучше клиента понимает то насколько качественно ведет тренировки и если ли в них «узкие» места. Возможно что сам тренер понимая всю подноготную того что он делает на своих тренировках не купил бы это у себя.

Вот именно это: «сам бы у себя не купил» и может вызывать внутреннюю неуверенность в попытках продать.

Что делать?

Очевидно, провести «инспекцию» своих тренировок и выявить те самые «узкие» места, с целью их ликвидации. И в следствии работы над улучшением качества своих тренировок, та самая нужная уверенность в себе будет прирастать, что несомненно увидит клиент во время общения с таким тренером

Тренируйте мышцу уверенности в себе! При этом помните, что слишком много уверенности может перетечь в само уверенность и здесь есть риск начать транслировать на клиента чувство превосходства и надменности, что безусловно «убьет» продажу.

То есть, нужен высокий, но не экстремально зашкаливающий градус уверенности в себе

3. Энергия/увлеченность

Фитнес – эта та редкая сфера которую крайне трудно продавать не демонстрируя энтузиазма клиенту. Когда клиент приходит и тренируется в фитнес клубе, он подчас видит тренера демонстрирующего «утомленность жизнью».

То ли потому что тренера достали финансовые проблемы или большое кол-во персоналок или одни и те же типичные вопросы клиентов или просто сегодня у него был «день ног».

К такому тренеру А) нет сильного желания обратиться за помощью и Б) когда тренер начинает общаться с клиентом из подобного неэнергичного состояния, то все даже правильные речевые шаблоны, что называется не цепляют и не продают

При этом для многих людей важно чтобы тренер умел мотивировать и вдохновлять, а грустный и не энергичный тренер никак не подходит на эту роль и многое что он скажет, не возымеет действия.

Хотите эффективно продавать? Тренируйтесь излучать позитив и энергию, говорите о том что делаете - увлеченно

Подводим итоги:

- Современный мир – это мир массовых продаж, речевых шаблонов в продажах и клиенты больше «не чувствительны» ко всему этому
- В современном мире, продажи – это искусство применять технологию, где речевые шаблоны без творческого подхода к ним не возымеют действия
- Тренеру нужно обучаться технике продаж и речевым шаблонам – это как выучить ноты, без которых потом никто не сможет хорошо и красиво играть
- Тренеру нужно развивать свой эмоциональный интеллект в продажах, то есть учиться нейтрализовать одни эмоции и встраивать в свою работу другие, обретая нужное состояние.

И самое важное это быть уверенным в себе, демонстрировать искреннюю заинтересованность в клиенте и делать это все на высоком уровне энергии

Правильных вам эмоций в продажах!

Дмитрий Шентухов