

Sėkmingo MA asmeninės savybės ir šiek tiek apie charizmą

Autorius: Juris Belte

Sėkmingo MA asmeninės savybės ir šiek tiek apie charizmą

Kas yra sėkmingas MA ? Tas, kurio atėjimo klientai laukia, kuris daug parduoda ir džiaugiasi dirbdamas savo darbą.

MA sėkmė priklauso nuo:

- MA charakterio savybių ir įvaizdžio charizmos;
- žinių;
- patirties;
- motyvacijos.

Tiesa, dar nuo produktų, rinkos, konkurentų, oro, vėjo krypties... Tačiau mes kalbėsime apie tuos veiksnius, kuriuos tiesiogiai įtakoja pats MA.

MA asmeninio charakterio savybės – kartais klaidingai galvojama, kad sėkmingam pardavėjui yra būtina kalbos dovana, todėl darbinantis, į klausimą, kodėl norite dirbti MA, kandidatai dažnai atsako: todėl, kad mėgstu kalbėti, bendrauti su žmonėmis.

Dar vienas stereotipas: geru pardavėju gimstama – jei dievas nedavė, tai neverta ir stengtis dirbti pardavėju. Tokie požiūriai yra kategoriški ir būtent dėl savo kategoriškumo yra ir neteisingi.

Dabar apie pardavėjų ekstravertiškumą ir intravertiškumą – tradiciškai ekstravertai laikomi geresniais pardavėjais, kadangi jie neturi sunkumų bendraujant su klientais, laisvai jaučiasi prieš auditoriją. Deja, pasitaiko, kad ekstravertai, kurie yra kalbūs ir draugiški, labai stipriai pergyvena neigiamas klientų emocijas (atsisakymus, prieštaravimus, įžeidimus ir kt.) ir dėl to negali dirbti produktyviai. Yra ir toks reiškinys – kas daug kalba, negirdi kito. Taip pat sukūrus draugiškus santykius su klientu, atstovas sukuria problemą – paprašyti, kad draugas iš jūsų pirktų, yra sunku. Nenorėčiau tvirtinti, kad intravertai būtų geresni pardavėjai, tačiau pats požiūris, kad ekstravertai yra labiau tinkami pardavimo darbui, yra klaidingas. Gyvenime yra tekę sutikti ir puikius ir silpnus pardavėjus, tiek tarp intravertų, tiek ir tarp ekstravertų. Teko pačiam ieškoti pardavimo vadybininko. Baigiantis atrankai reikėjo rinktis tarp dviejų stiprių kandidatų. Vaikinas buvo atviras ir lengvai bendraujantis. Mergina, nors ir protingai atsakė į užduodamus klausimus, pateikus atvirus, labiau asmeniškus klausimus, sutrikdavo ir bendraudavo nenoriai. Kaip pasirodė vėliau, ji buvo tipiška intravertė, tačiau puikiai sugebėjo girdėti ir jausti klientus. Būtent dėl merginos intravertiškumo, tada buvo pasirinktas vaikinas, su kuriuo „viskas aišku“. Po mėnesio rinkome 10-ies pardavėjų komandą ir pasiūlėme dalyvauti prieš tai atrankoje dalyvavusiai merginai – intravertei. Kai ji pradėjo dirbti, pirmų dviejų mėnesių laikotarpyje jos rezultatai buvo patys geriausi, ir jau po 2,5 mėn. ji pradėjo kilti karjeros laiptais. Kertinis sėkmingo pardavimo akmuo yra MA noras, net aistra, dirbti šį darbą ir noras padėti klientui, jį suprasti.

Nuoširdžiai įsigilinus į kliento situaciją, problemas, atstovas ugdo tas savo charakterio savybes, kurios padeda rasti bendrą kalbą su klientu. Tvirtinimas, kad pardavėjais gimstama, yra vertas kritikos. Daugumą pardavėjo darbui būtinų savybių įmanoma išsiugdyti. Žinoma, jei tik yra noro.

KONTAKTAI:

Adresas:

Laisvės pr.125,
Vilnius

Telefonas:

8 5 2059312

El. paštas:

info@mba-baltic.com

Kokios gi yra gero pardavėjo charakterio savybės ?

Visu pirma geras MA turi aukštą emocinį intelektą (EQ). Kas charakterizuoja MA aukštą EQ? **Empatija** – sugebėjimas jausti kitą žmogų ir elgtis atsižvelgiant į jo emocinę būseną. Sugebėjimas atsakingai elgtis, būti savikritišku, o ne visada kaltinti kitus. Efektyvūs sprendimai yra priimami remiantis proto ir emocijų pusiausvyra. Asmeniškai manau, kad empatija yra viena pagrindinių pardavėjo savybių (jei ne svarbiausia). Tik suvokdami kliento poreikius, jausdami jo būseną, galėsime tinkamai bendrauti su juo. Mechanškai taikant pardavimo technikas, neįsijaudinę, nesuprantant kliento – bendravimas su juo taps neefektyviu laiko švaistymu.

Vidinė energija. Veržlumas. Geras MA yra energetiškai „įkrautas“ teigiama energija. Tuo pačiu jis sugeba šia energija „įkrauti“ ir gydytojus, kurie dažnai yra pavargę nuo visų su pacientais susijusių neigiamų emocijų. MA spinduliuoja energiją, entuziazmą ir pozityvizmą, ir tuo pačiu „įkrauna“ ir klientus.

Teigiamas mąstymas. MA tiki sėkme. Problemų nebūna – yra tikrai mažesni ar didesni iššūkiai kelyje į tikslą. Kiekvienas kliento „ne“ yra laiptukas į „taip“, o ne nusivylimo priežastis.

Noras padėti. MA nuoširdžiai nori padėti kitam ir širdimi spinduliuoja meilę klientui, sau ir savo produktams.

Komunikabilumas. Komunikabilumas nereiškia plepumo. Tikrai 20 % informacijos gaunama žodžiais. Komunikabilumas yra sugebėjimas su klientu komunikuoti visu kūnu: per žodžius, mimiką, gestus. Komunikabilumas yra dvipusis. Daug svarbiau, negu pačiam kalbėti, yra girdėti ką klientas nori (arba nenori) tau pasakyti, todėl būtina girdėti ir suprasti kliento intonaciją, mimiką ir kūno kalbą.

Aktyvumas. MA nėra paprastai aktyvus, jis yra proaktyvus. Proaktyvumas yra sugebėjimas ne pasyviai reaguoti į įvykius, o užbėgti įvykiams už akių, pačiam inicijuoti įvykius sau norima linkme.

Smalsumas. Dažnai smalsumas laikomas neigiama charakterio savybe. Galvojau, kad smalsumas yra „lindimas“ į kito sielą. Kita vertus domėjimasis detalėmis, kurios paprastai ignoruojamos, gali mums suteikti daug reikalingos informacijos, taip pat ir klientams yra malonu, jei jūs pastebite ir domitės dalykais (žinoma, reikia jausti ribą, kad netaptume įkyrūs), kuriais kiti nesidomi. Taigi, maži skirtumai gali sąlygoti didelius skirtumus.

Lankstumas. Pardavimo pokalbis yra dinamiškas ir situacija gali keistis labai greitai ir netikėtai, nes klientai būna įvairūs. Sugebėjimas greitai prisitaikyti ir teisingai reaguoti keičiantis aplinkybėms yra svarbi pardavėjo savybė.

Fizinė ištvermė. MA vidutiniškai aplanko 12-13 klientų per dieną. Valandos prabėga bevairuojant automobilį. Žiemą – greitai temsta, sniegas, ledas. Vizitai ir renginiai prailgsta. Į renginius ir konferencijas reikia nešti medžiagas, pavyzdžius, standus, projektorius. Būtina fizinė ištvermė. Pavargsta visi. Svarbu sugebėti greitai atgauti jėgas.

Atsparumas stresui. Gydytojai būna įvairūs. Kartais jautiesi kaip apspjaudytas, pažemintas ar įžeistas. Nežiūrint į visa tai, pas gydytoją turi eiti kaip "saulutė". Pacientai poliklinikoje yra pikti, irzlūs ir sergantys, todėl reikia sugebėti praeiti pro juos "neužsikrėtus" jų emocijomis, o laukiant kartu eilėje bendrauti su jais. Reikia sugebėti nepriimti visko kas yra nepriimtina ir nemalonu. Jeigu visą tai kaupsite savyje, tikriausiai, kad anksčiau ar vėliau kapituliuosite.

KONTAKTAI:

Adresas:

Laisvės pr.125,
Vilnius

Telefonas:

8 5 2059312

El. paštas:

info@mba-baltic.com

Charizma - vikipedijos enciklopedija rašo: žodis **charizma** (*gr.k.harisma* "dovana") dažniausiai naudojamas apibūdinant sugebėjimą žavėti ir paveikti žmones. Paprastai charizmatiškais vadinami asmenys galintys lengvai patraukti dėmesį ir sukelti kitų susižavėjimą (arba net neapykantą, jei charizma negatyvi) dėl savo asmenybės ir/ar išvaizdos bruožų. Žodis "charizma" yra kilęs iš senovės graikų kalbos, ir žodyne jis apibūdinamas kaip "ypatinga Dievo malonė ar talentas". Vis dėlto požiūris, kad charizma yra Dievo dovana, kurios buvimas nepriklauso nuo mūsų, yra klaidingas. Jei labai trokštame gauti dovaną, mes ją galų gale ir gauname. Priimtinesnis būtų požiūris, kad charizmą būtų galima laikyti dovana, kurią patys sau ir galime padovanoti. Charizma formuojasi, kai mes sau kuriame išskirtinį įvaizdį. Kodėl pardavėjas turi būti charizmatinė asmenybė? Todėl, kad klientas mus prisimintų tarp daugumos „beveidžių“ atstovų. Su charizmatine asmenybe dirbti yra daug įdomiau ir maloniau (jei charizma yra teigiama). Jeigu mūsų paprašytų staigiai prisiminti bendraklasius, iš karto prisimintume „blogiečius“, kurie savo elgesiu sukeldavo galvos skausmą mokytojams, prisimintume ir „geriečius“ - pirmūnus, olimpiadų nugalėtojus, kurie mokytojams galvos skausmo nesukeldavo. Tiek vieni, tiek kiti į mūsų atmintį „įsireždavo“ būtent savo charizmatiškumu. Jei gydytojas turi išrašyti medikamentą, pirmi vaistai kurie šaus į galvą, bus tos kompanijos, kurios atstovą gydytojas prisimins. Šitas impulsas yra esminis, jei renkamasi tarp panašių produktų. Aišku, kad įvaizdis turi būti teigiamas, o ne atvirščiai. Jei gydytojas prisimins atstovą su neigiama charizma, vargu ar išrašys to atstovo parduodamus vaistus.

Kaip sukurti teigiamą asmeninį įvaizdį ir tapti charizmatine asmenybe ?

Visų pirma, svarbu, kad jūs kažkuo išsiskirtumėte. Visi sutinka, kad kiekvienas žmogus yra unikalus, tačiau pasakyti kuo būtent esi unikalus, sugeba retas. Todėl svarbu yra sukurti savo unikalų įvaizdį, savotišką "prekės ženklą", kuris gydytojo akyse užtikrina atpažįstamumą ir prekės kokybę. Tai kuo gi galime tapti unikalūs:

- tam tikromis charakterio savybėmis,
- aprangos elementais,
- elgesio stiliumi,
- laisvalaikio užsiėmimu,
- biografijos detalėmis.

Pats asmeniškai, kai susipažįstu, pasakau, kad esu Vilniuje gyvenantis latvis iš Jūrmalos ir dar turiu brolių dvynių. Tikimybė antrą tokį surasti Vilniuje yra beveik lygi nuliui, todėl mano „atpažįstamumas“ yra beveik garantuotas.

KONTAKTAI:

Adresas:

Laisvės pr.125,
Vilnius

Telefonas:

8 5 2059312

El. paštas:

info@mba-baltic.com