

EQ 管理 & 服務行銷

在人與人之間的交往，不論公事或私事，許多人在當下常常缺乏良好的EQ情緒管理能力，因此總是容易把事情跟人際關係搞砸，事後才懊惱不已。如何做好情緒管理，把生氣與衝突降到最低，成了現代人的重要課題，也因此近幾年來EQ情緒管理普遍受到重視。簡單來說，EQ指的是一個人管理自我以及他人情緒的綜合能力。無論是管理他人或自己的情緒，都是非常不容易的事，如果能適當地調整並管理好自己的情緒，也就能擁有和諧的人際關係以及樂觀彩色的人生！然而EQ情緒管理的能力絕不是與生俱來的，而是必須透過後天努力學習，每個人都必須試著培養良好的情緒控制能力、能按捺衝動，達成最終目標、良好的壓力管理、自我激勵，主動積極、卓越的溝通能力、圓融的社交技巧、保持身心平衡。

一般來說，EQ較高的人，通常比較能夠跟別人作有效的溝通，「溝通」這個名詞，大家大概已聽過千百遍了吧！大家都知道溝通的重要性，但往往當我們做好了溝通的準備，卻常會發生「有溝，卻沒有通」的結局，令人相當沮喪。為什麼會有溝卻不通呢？知名心理學家張怡筠博士曾說，從EQ的角度來看，我們在與他人互動時，往往只忙著解決問題，卻忽略了照顧對方情緒的重要性。其實在溝通時只要多用點心，照顧好雙方的心情之後，就有能量理性和諧地處理事情。說穿了，有效的溝通秘訣就在於「先處理彼此的心情，再處理事情」，如此才能成就雙贏的EQ溝通。

EQ不但在人際關係上扮演很重要的角色，在銷售上更是舉足輕重，專家稱之為EQ銷售。真正高明的銷售，賣的不是產品，而是情緒、關係、感覺、心情、承諾、體貼、尊重、體驗與服務。要成為超級銷售員，就必須

要懂得如何去服務客戶的心，而不光只是想賺盡客戶的錢。因為消費，其實是情緒的產物，感覺對了，客戶才會願意消費。

而服務，則是為了要創造客戶正面的情緒經驗，讓客戶喜歡和我們來往，生意才能長長久久。或許大家會問，那要如何洞察客戶的情緒需求？如何發揮說服力，成就完美交易？所謂「行銷重企劃，銷售重心理」，一個稱職的市場行銷人員除了具備有創意與企劃能力外，了解顧客的心理以及顧客的需求更是不可或缺的基本技能。企業的產品及服務，究竟帶給消費者什麼樣的消費體驗感覺？值得企業經理人去深思。

管理大師 Peter F. Drucker 曾說過一句至理名言，「企業存在的目的在創造顧客、服務顧客、滿足顧客。」而要達成這個目標，除了要努力創新和行銷，更必須具備良好的EQ，才能抓住顧客的心，並為客戶創造最大的價值。顧客關係管理是企業經營最重要的核心能力，誰能最貼近顧客，做好顧客情緒行銷，誰就能擁有無可取代的競爭優勢，為企業創造利潤與忠誠的顧客。Wal-Mart 創辦人 Sam Walton 曾說，「我們唯一真正老闆只有一個，那就是顧客，只要他們把錢花到別的地方，就等於是炒了我們魷魚，公司每個人的飯碗，都可能不保，就算是董事長也難倖免。」所以說，若不想被炒魷魚，就必須善用EQ銷售，提供客戶愉快的服務經驗。

增進溝通能力、有效處理衝突、做好EQ情緒管理，這些都是每個人必須培養的核心管理技能。 ■

