



نقش آموزش و تقویت هوش عاطفی در افزایش فروش و رضایت مشتری
فروشگاههای کفش و مانتو تهران (سال ۱۳۹۴)

اکبر شکیباپور

استاد دانشگاه علمی کاربردی استان تهران

info@shakibapour.ir

خلاصه

پی بردن به ارتباط میان آموزش موضوع هوش عاطفی و شناخت احساسات خود و دیگران با میزان رضایت مشتری و فروش فروشگاه قصد و نیت ما ازین نگارش است. برای اینکار از دانشجویان و فروشندگان شاغل در فروشگاههای کفش و مانتو هفت تیر تهران بهره برده و با روشی انگیزشی، علمی و پژوهشی، پرسشنامههایی را قبل و بعد از انجام کار با روش روانشناسی ۳۶۰ درجه تنظیم کرده و میزان تغییر را با خطای ۵ درصد محاسبه نموده ایم که در مجموع ۵۷ درصد میانگین رشد در رضایت مشتری، ۲۷ درصد افزایش بهره‌وری یا سود نقدی را به ثبت رساندیم و البته به مرور زمان بیشتر نیز خواهد شد. البته موارد متعدد شغلی و عوامل محیطی اثرگذار و اثر پذیر نیز لحاظ شد و در واقع کار دوم گروه، توصیه بر اجرای روشی مناسب و جذاب در بالابردن متغیرهای هدف بود. روش مکتوب و عرفی «نفوذ در قلب مشتری» با تاکید بر عمق بخشی به روابط و تکریم انسانی، از بین روش‌های متعدد انتخاب گردید. ویژگی خاص این مقاله، اجرایی کردن هوش عاطفی و توانمندی‌های درونی در اجرا و توامان بین دانشجویان جوان و فروشندگان قدیمی بود که در هر دو نیز موفقیت‌آمیز بود. لذا شدت اثرگذاری یک آموزش کوتاه‌مدت و کم‌هزینه توسط افراد خبره با تاکید بر روانشناسی disc و من برتر و هوش عاطفی در تمام فروشگاه‌ها کاملاً محسوس و اجرایی است. انتخاب صحیح فروشندگان و روشهای عملیاتی جذاب در فروش با حفظ مسولیت اجتماعی ترکیبی فوق العاده در افزایش فروش و رضایت مشتری است و به تمام افراد ذینفع طبق همین نتایج مثبت توصیه می گردد.

کلمات کلیدی: هوش عاطفی، من برتر، رضایت مشتری، فروش بالاتر، خود شناسی