



این روزها حرکت کردن مطابق با سرعت تغییرات و همچنین پیچیدگی‌های موجود در بازار رقابتی بیمه در کشور ما، نیازمند یک ذهن و تفکر سریع و چابک است. ذهن و تفکری که منطبق بر هوش‌های چهارگانه‌ای باشد که در طبیعت هر انسانی همچون یک هدیه‌ی مخفی، نهادینه شده است.

جالب است بدانید که برترین نمایندگان و فروشندگان بیمه که عملکرد بسیار عالی و بالایی در زمینه‌ی فروش انواع بیمه‌نامه‌ها را دارند، همزمان از چهار نوع «هوش» بهره می‌برند که با تار و پود تمامی ارتباطات آنها و تأثیراتی که بر روی مشتریان خود می‌گذارند، در هم تنیده شده و هر کدام، اثر سه‌تای دیگر را تقویت می‌کند. در ادامه‌ی این مقاله، هر یک از این چهار نوع هوش که لازمه‌ی موفقیت هر نماینده و فروشنده‌ای در صنعت بیمه می‌باشد را ارائه نموده‌ام که با هم می‌خوانیم.

هوش شماره یک: IQ

اینکه چقدر باهوش هستید را تعیین می‌کند. این نوع هوش، میزان ثابتی دارد و در DNA شما تثبیت شده است.

هوش شماره دو: AQ

اینکه چقدر می‌دانید و اطلاعات دارید را تعیین می‌کند و البته به IQ شما نیز مربوط است. (همان هوش اکتسابی است که برخلاف IQ که ذاتی و فطری است، اکتسابی و کسب کردنی است)

هوش شماره سه: TQ

اینکه با چه سرعتی با تکنولوژی، اُخت شده و استفاده‌های آن را پیدا می‌کنید را تعیین می‌کند. این نوع هوش، سبب می‌شود تا بتوانید زمان و وقت بیشتری برای ارتباطات خود با دیگران، ایجاد کنید.

هوش شماره چهار: EQ

میزان تیزهوشی شما برای واکنش نشان دادن به احساسات و هیجانات خودتان و نیز دیگران را بیان می‌کند. به عبارت دیگر، اینکه چگونه و با چه سرعتی می‌توانید احساسات و هیجانات خود و دیگران را به خدمت درآورید و از آن استفاده ببرید.

فروشنندگان فوق حرفه‌ای، سطح بالایی از IQ و AQ را با سطح بالایی از EQ و TQ را با هم ترکیب کرده و از آن برای غلبه بر رقبای خود استفاده می‌کنند! در ادامه با هر یک از این 4 نوع هوش، بیشتر آشنا می‌شویم...

کنجکاوای ذهنی، نشانگر هوش ذاتی فرد است (IQ)

بهره هوشی (Intelligence Quotient) که مخفف آن، همان IQ است، در واقع شاخصی برای این است که شما چقدر باهوش هستید. هوش ذاتی شما، در کد DNA شما قرار گرفته است.

این استعدادی است که هیچگونه ارتباطی با فیزیک بدنی شما ندارد. شما یا با یک IQ بالا به دنیا آمده‌اید و یا با یک IQ پایین که به هیچ عنوان قابل تغییر کردن نمی‌باشد.

برای نمونه اگر شما پنج سال پیش، یک آزمون تست IQ داده باشید و به طور مثال امتیاز 125 را کسب کرده باشید، امسال هم اگر همان آزمون را بدهید باز هم همان امتیاز 125 را به دست خواهید آورد. به عبارت دیگر شما همان قدری باهوش هستید که قبل از بودید و در آینده هم خواهید بود. نه کمتر و نه بیشتر.

البته فروشندگان فوق حرفه‌ای، عموماً افراد باهوشی هستند. آنها مشاهده‌گرانی زیرک و باهوش با میزان سیری ناپذیری از کنجکاوی هستند. آنها دارای یک توانایی ذاتی برای اتصال دادن ایده‌ها، حقایق و الگوهای جدا از هم و خلق و ایجاد راهکارهایی منحصر به فرد و کاربردی برای رفع مشکلات مختلف و در کل، توسعه راه‌های منحصر به فرد در فروش بیمه هستند.

البته این را هم بدانید که در فروشندگی، یعنی جایی که احساسات و هیجانات بر تصمیم‌گیری‌های منطقی، ارجحیت دارند، IQ فقط بخشی از معادله‌ی موفقیت است. همه ما افرادی را می‌شناسیم که از نظر فکری و ذهنی، بسیار باهوش هستند اما در درک کردن و فهمیدن موقعیت دیگران، دچار نقصان و کمبود هستند.

هوش ذاتی یا همان IQ تنها زمانی می‌تواند مفید، مناسب و قدرتمند باشد که با سه نوع هوش دیگر یعنی «هوش اکتسابی»، «هوش هیجانی» و «هوش تکنولوژیکی»، ترکیب شود.

در ادامه با هر یک از این سه نوع هوش، بیشتر آشنا خواهید شد...

همواره در حال یادگیری بودن؛ یا همان هوش اکتسابی (AQ)

من حدود دو ماه پیش، یک کارگاه آموزشی سه روزه با موضوع تکنیک‌ها و متدهای فروشندگی بیمه‌های عمر را برای یکی از کارگزاران بیمه، برگزار کرده بودم. همان روز اول کارگاه بود که

متوجه شدم دو نفر از شرکت کنندگان، خیلی به صحبت‌های من توجهی ندارند و خیلی بی تفاوت آنجا نشسته بودند. این در حالی بود که سایر شرکت کنندگان که حدود 50 نفر بودند، خیلی با انرژی و فعال در بحث‌ها شرکت می‌کردند؛ اما این دو نفر، رفتاری تقریباً خصومت‌آمیز را پیش گرفته بودند.

موقع نهار که شد، سرپرست تیم فروش را کنار کشیدم و درباره‌ی آن دو نفر سؤال پرسیدم که اگر مشکلی در کار است در جریان قرار بگیرم. اما او به من اطمینان داد که تمام شرکت کنندگان از موضوع بحث و آموزش‌ها بسیار هیجان‌زده و راضی هستند به جز همین دو نفر که ظاهراً از اینکه مجبور بودند بعد از نهار، باز به کلاس برگردند، شاکی بودند.

بالآخره کاشف به عمل آمد که این دو نفر با خودشان فکر می‌کردند که تمام موضوعات کلاس را بلدند و می‌دانند. اما حقیقت چیز دیگری بود؛ زیرا این دو نفر بیش از هر شخص دیگری در آن کارگاه آموزشی، به آن مطالب نیاز داشتند چون آمار فروش آنها به گونه‌ای بود که به شدت برای رسیدن به تارگت‌ها و اهداف فروش تعیین شده باید تلاش و تقلا می‌کردند.

معمولاً این اتفاقی است که برای فروشندگان و نمایندگانی با ضریب IQ نسبتاً بالا زیاد رخ می‌دهد. یعنی به این دلیل که افراد باهوش و اصطلاحاً آدمهای تیزی هستند، به غلط تصور می‌کنند همه چیز دان نیز هستند. این گروه بیش از سایر انواع فروشندگان، با این جمله‌ی گشوده و مهلک، سدّی بر سر راه موفقیت خودشان هستند:

«من که همه اینها را بلدم!»

غافل از اینکه ضریب IQ بالا، به خودی خود، هیچ فایده و تأثیری در موفقیت شما در فروش ندارد. بلکه باید IQ را مثل یک «سنگ خام» تراشید و به آن شکل داد. اما برخلاف IQ، هوش اکتسابی یا AQ کاملاً استاتیک و ثابت نیست. یعنی ضریب و مقدار آن می‌تواند در شما تغییر کند.

به عبارت دیگر ضریب AQ شما می‌تواند با درس خواندن، مطالعه، یادگیری، تمرین کردن، سختی کشیدن و تحمل مشقت و کسب تجربه، افزایش یابد. همین AQ است که باعث مفید بودن و کاربردی بودن IQ می‌شود. یعنی بدون آموخته‌ها و بدون هوش اکتسابی، هوش ذاتی و درونی به هیچ دردی نمی‌خورد.

زمان‌بندی کردن برای گرفتن تماس‌های تلفنی با مشتری، جلب توجه و اعتماد مشتری، کنترل لحن و تُن صدا هنگام صحبت با مشتری، همگی مثال‌هایی از هوشمندی در فروش هستند که به صورت اکتسابی و با آموختن و تمرین کردن به دست می‌آیند و ضریب AQ شما را افزایش می‌دهند.

اُخت شدن با تکنولوژی؛ هوش تکنولوژیکی (TQ)

هوش تکنولوژیکی یا Technological intelligence که مخفف آن TQ است، در واقع توانایی شما برای برقرار کردن ارتباط با فناوری و درهم آمیختن تکنولوژی با زندگی روزمره‌تان است. کسانی که قادر به توسعه‌ی این توانایی در خود نیستند و یا در مقابل انجام این کار مقاومت می‌کنند، خیلی زود از سایرین عقب خواهند افتاد.

به موازات اینکه تکنولوژی و به طور خاص، هوش مصنوعی، جایگاه خود را به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر و همیشگی در زندگی ما انسان‌ها باز می‌کند، کسانی که TQ بالاتری دارند، پیشرفت‌هایی را به دست می‌آورند که سایر افرادی که فاقد TQ بالا هستند، از آن پیشرفت‌ها محروم می‌مانند.

کافیست نگاهی به فضای مجازی و وبسایت‌ها و حتی گروه‌ها و کانال‌های تلگرامی بسیاری بیندازید که به سرعت در حال تبدیل روند خرید بیمه‌نامه‌های مختلف از حالت آفلاین و حضوری به حالت آنلاین و غیر حضوری هستند. همین الآن که در حال مطالعه این مقاله هستید، دهها

وبسایت در صنعت بیمه کشور خودمان فعالیت می‌کنند که انواع بیمه‌نامه‌ها نظیر ثالث و عمر را به صورت آنلاین می‌فروشند و البته در کار خود بسیار موفق نیز هستند.

بنابراین، بسیار حیاتی و ضروری است که نمایندگان و فروشندگان بیمه در کشور ما، بتوانند خود را با ماشین‌آلات و ابزارهای تکنولوژیکی به روز، سازگار کنند. فروشندگان امروزی، دیگر نمی‌توانند ادعا کنند که نیازی به سبک کار و زندگی کامپیوتری ندارند. اگر شما از طرز تفکر تکنولوژیکی برخوردار نباشید، به زودی عقب خواهید افتاد و از گردونه‌ی کسب و کار بیمه و بیمه‌گری حذف خواهید شد.

حداقل ضروری که در این صورت متوجه شما خواهد بود این است که بدون طرز تفکر تکنولوژیکی، مجبور خواهید شد دو برابر بیشتر از سایر همکاران خود که این طرز تفکر را دارند کار کنید. در آینده، دو گروه فروشنده وجود خواهند داشت:

- **گروه اول:** فروشنده‌هایی هستند که به ماشین‌آلات تکنولوژیکی، می‌گویند که چه کارهایی انجام بدهند.
- **گروه دوم:** آن دسته از فروشنده‌هایی هستند که ماشین‌آلات تکنولوژیکی به آنها می‌گویند که چه کارهایی باید انجام دهند.

باور کنید که برای شما بهتر است که در گروه اول قرار بگیرید.

فروشنندگان فوق حرفه‌ای، همه انواع احساسات را در خود دارند؛ هوش هیجانی

(EQ)

میزان تسلط بر هوش هیجانی در حوزه‌ی فروش (هوش هیجانی فروش)، توضیح می‌دهد که چرا یک نفر در فروشنده‌گی بیمه تبدیل به یک فوق حرفه‌ای می‌شود، اما یک نفر دیگر، فقط در حد

یک فروشنده معمولی باقی می‌ماند؛ در حالیکه توانایی فکری، دانش و ابزار فروش و تکنولوژی‌های در دسترس هر دو نفر، با هم برابر است.

حرفه‌ای‌های فروش که در زمینه‌ی توسعه و بهبود EQ خود سرمایه‌گذاری می‌کنند، مزیت رقابتی تعیین‌کننده‌ای را نسبت به سایر رقبای خود در بازار رقابتی به دست می‌آورند.

اما اگر به دنبال تعریف دقیقی از اصطلاح هوش هیجانی یا Emotional Intelligence یا همان EQ هستید، این تعریف عبارت است از:

توانایی شناخت و تفسیر صحیح احساسات خود و واکنش به آنها و همچنین داشتن درک صحیحی از احساسات خود و تأثیر آن بر احساسات دیگران!

امروزه تأثیر هوش هیجانی ویژه‌ی کار فروش، آنقدر بر عملکرد فروشندگان، مشهود و تعیین‌کننده است که دیگر قابل نادیده گرفتن و چشم‌پوشی نیست. این روزها مشتری‌ها، تشنه‌ی روابط انسانی واقعی و قابل اعتماد هستند. حتی مشتریان بسیار خشک و سرد نیز شواهد و قرائنی از اینکه در یک لحظه‌ی خاص در جلسه‌ی ملاقات فروش، دارای چه احساساتی هستند را از خود بروز می‌دهند.

مثلاً یک مکث طولانی توسط مشتری، ممکن است نشان دهنده‌ی تردید وی باشد؛ اینجاست که یک فروشنده با هوش هیجانی بالا، فوراً و ناخودآگاه، واکنش مناسبی نشان داده و مثلاً یک منفعت خاص از بیمه عمر پیشنهادی خودش را بهتر توضیح می‌دهد و یا یکی از موارد استفاده از بیمه عمر را بیان می‌کند.

امروزه در جوامع تحت سلطه‌ی تکنولوژی، مهارت‌های بین فردی (نوع پاسخ و واکنش به احساسات دیگران) و مهارت‌های درون فردی (مدیریت احساسات درونی خود) برای موفقیت در فروش، ضروری‌تر از هر زمان دیگری است.

به عنوان حرف آخر، می‌خواهم موضوع بسیار مهمی را با شما در میان بگذارم که درک صحیح از آن، تأثیر به‌سزایی بر افزایش سطح عملکرد شما در فروش بیمه‌نامه‌های پیشنهادی‌تان خواهد گذاشت. اینکه پس از پیدایش علم جدید عصب‌شناسی و زیرشاخه‌ی کاربردی آن به نام بازاریابی عصبی، اثبات شد که از بین چهار نوع هوشی که در این مقاله درباره آنها صحبت شد، هوش هیجانی یا EQ، کلید باز کردن قفل فروشندگی در سطح فوق حرفه‌ای می‌باشد.

متأسفانه شکافتن دلایل این امر از حوصله و موضوع این مقاله خارج است و خود، نیازمند بحث مفصلی درباره‌ی مقدمات علم بازاریابی عصبی می‌باشد. اما این قول را همینجا به شما عزیزان خواهم داد که به زودی، آموزش‌های ویژه و تخصصی در حوزه‌ی کاربردهای علم عصب‌شناسی پایه و نورومارکتینگ یا بازاریابی عصبی در فروشندگی بیمه و به‌خصوص بیمه‌های عمر را از طریق وبسایت آموزشی بیمه‌مارکتینگ با شما در میان خواهم گذاشت.

بیمه‌گر و توانگر باشید...

حامد عسگری

[لینک منبع مقاله](#)