

Эмоциональный интеллект в маркетинге.

Бурабаева Асельхан Бакыт-Гереевна

Студент (бакалавр)

Филиал Московского государственного университета имени М.В.Ломоносова в г.Ташкенте, Ташкент, Узбекистан
E-mail: aselya.bur2505@gmail.com

Эмоции везде, они окружают нас повсюду. Эмоциональный интеллект очень важен в управлении бизнеса. В мире конкурентного бизнеса, где продукты и услуги почти всегда технически сравнимы, ключевым фактором, определяющим победителя, становится способность понимать и реагировать на эмоции потребителей. Именно здесь выходит на передний план эмоциональный интеллект – способность чувствовать, понимать и управлять собственными эмоциями, а также эмоциями других людей.

Если раньше компании обращали внимание больше на контент, продвижение, продукт, то сейчас они отдают большее внимание чувствам, эмоциям потребителей. В маркетинге, эмоциональный интеллект играет решающую роль. Он позволяет компаниям строить глубокие и долгосрочные отношения с клиентами, превращая потребителей в преданных поклонников бренда.

Первый в истории, кто внедрил и популяризировал термин «эмоциональный интеллект» был психолог и писатель Дэниел Гоулман. Дэниел Гоулман - всемирно известный американский психолог и писатель. Гоулман считает, что всем без исключения нужно уметь сочувствовать другим, понимать чужие эмоции и при этом полностью осознавать свои. Он является одним из основателей учения об эмоциональной саморегуляции. В 1995 году Дэниел выпустил книгу по эмоциональному интеллекту, после которой другие группы психологов создают свои термины эмоционального интеллекта.

Эмоциональные чувства человека напрямую связаны с рабочими моментами. Когда человек находится в гармонии, то и рабочий процесс проходит качественней. А когда человек находится в гармонии, то он способен влиять на эмоции других людей. Человек, который растет в эмоциональном плане, понимает потребителя лучше, его желания и поведения и как правильно с ними работать.

Ключевые моменты, где эмоциональный интеллект играет важную роль - это конечно, в сфере маркетинга.

Во первых, глубокое понимание клиентов:

Эмоциональный интеллект позволяет компаниям глубже понять своих клиентов. Понимание эмоциональных потребностей, мотиваций и предпочтений клиентов помогает создавать более персонализированные и целенаправленные маркетинговые стратегии. Анализ эмоций клиентов помогает определить, какие эмоциональные стимулы и коммуникационные подходы будут наиболее эффективными для установления доверительных отношений с клиентами и привлечения их внимания.

Во-вторых, эмоциональная связь и удовлетворенность клиентов:

Эмоциональный интеллект позволяет компаниям создать глубокую эмоциональную связь с клиентами. Когда клиенты чувствуют, что их эмоциональные потребности и ожидания учитываются, они склонны развивать лояльность к бренду. Маркетологи могут использовать эмоциональный контент, истории успеха или создавать позитивные эмоциональные опыты, чтобы укрепить связь с клиентами и повысить их удовлетворенность. Удовлетворенные клиенты, в свою очередь, часто становятся приверженцами бренда и рекомендуют его другим потенциальным клиентам.

В третьих, решение проблем и конфликтов с клиентами:

Эмоциональный интеллект также играет важную роль в управлении проблемами и конфликтами с клиентами. Понимание эмоций и умение эмоционально откликаться помогает маркетологам эффективно решать возникающие проблемы и конфликты, демонстрируя понимание и сочувствие. Эмоционально интеллектуальный подход к управлению конфликтами позволяет сохранить доверие клиентов и преобразовать негативный опыт в положительный.

В четвертых, инновационные маркетинговые стратегии:

Применение эмоционального интеллекта в маркетинге способствует разработке инновационных стратегий. Понимание эмоций клиентов помогает идентифицировать новые возможности и потребности, которые могут быть удовлетворены через разработку новых продуктов или услуг. Компании, основываясь на эмоциональных данных, могут создавать уникальные и привлекательные предложения, которые выделяют их на фоне конкурентов.

Эмоциональный интеллект может по-разному проявляться в сфере маркетинга. Через корпоративный бренд компании, историю бренда, позиционирования, Tone of Voice, открытость и честность перед аудиторией.

Эмоциональный интеллект является неотъемлемой частью современного маркетинга. Он позволяет компаниям глубже понимать своих клиентов, создавать эмоциональную связь и удовлетворенность, эффективно решать проблемы и конфликты, а также разрабатывать инновационные стратегии. При использовании эмоционального интеллекта в маркетинге компании могут улучшить свое конкурентное положение, укрепить связь с клиентами и достичь более значимых и продуктивных отношений.