



EMOTIONAL INTELLEGENCE FOR CUSTOMER

By Wila Wiliasari

Tulisan ini saya persembahkan untuk siapapun yang menginginkan bisnisnya makin melesat dengan cepat, yang ingin bertambah banyak pelanggannya, dan dipersembahkan juga bagi yang mau menjalankan bisnis ataupun baru menjalankan bisnis bahkan yang sudah menjalankan bisnis tapi ingin lebih tahu tentang bagaimana melayani konsumen agar menjadi pelanggan yang loyal.

Karena keberhasilan strategi penjualan suatu usaha/bisnis dapat dicapai jika kepuasan pelanggan telah terpenuhi, namun untuk memperoleh hal tersebut tidak mudah. Salah satu faktornya adalah tingkat kepuasan setiap pelanggan tentu berbeda walaupun menggunakan produk yang sama.

Semoga tulisan ini bisa memberikan inspirasi dan tambahan informasi untuk membesarkan kapasitas diri kita, agar menjadi penjual yang dirindukan dan jadi pengusaha yang tak biasa.

Dengan memahami dan mempraktekkan

Emotional Intelligence For Customer yang akan saya jelaskan dan saya bahas sesaat lagi, Insya Allah akan berdampak baik pada pencapaian bisnis kita.

PENGERTIAN

Emotional intelligence adalah kecerdasan emosional yaitu kemampuan seseorang untuk mengenali emosi diri, mengelola emosi, memotivasi diri sendiri, mengenali emosi orang lain (empati) dan kemampuan untuk membina hubungan (kerjasama) dengan orang lain.

Dan saat ini kita akan bahas tentang Emotional Intelligence For Customer yang artinya bagaimana kita mampu mengenali dan mengelola emosi para pelanggan agar mereka trust, nyaman, tertarik, dan akhirnya terjadi transaksi serta menjadi pelanggan yang loyal.

Namun sebelum mengenali dan memahami serta mengelola emosi pelanggan, penting kita mengenali dan memahami serta mengelola emosi kita sendiri. Agar kita bisa mengatasi setiap tantangan dalam menghadapi berbagai karakter dari pelanggan.



PENGARUH EMOTIONAL INTELEGENCE DALAM BISNIS

Dalam membangun sebuah usaha/bisnis hal yang paling penting adalah kepuasan pelanggan. Jika seorang pelanggan merasa puas dengan produk yang dijual, mereka akan menjadi pelanggan yang loyal dan akan merekomendasikan produk kita pada orang lain. Dengan begitu, akan ada banyak pelanggan baru yang berdatangan mencari produk kita.

Inilah peran penting kita memahami emotional intelligence untuk membuat konsumen puas. Kepuasan konsumen tak hanya dari produk saja, tapi juga dari pelayanan si penjual.

Perlu diketahui bahwa keinginan seseorang untuk membeli produk yang kita jual disebabkan oleh beberapa faktor. Bisa jadi karena seseorang memang membutuhkan produk yang kita jual, atau bisa jadi konsumen merasa nyaman dan percaya karena siapa penjualnya.

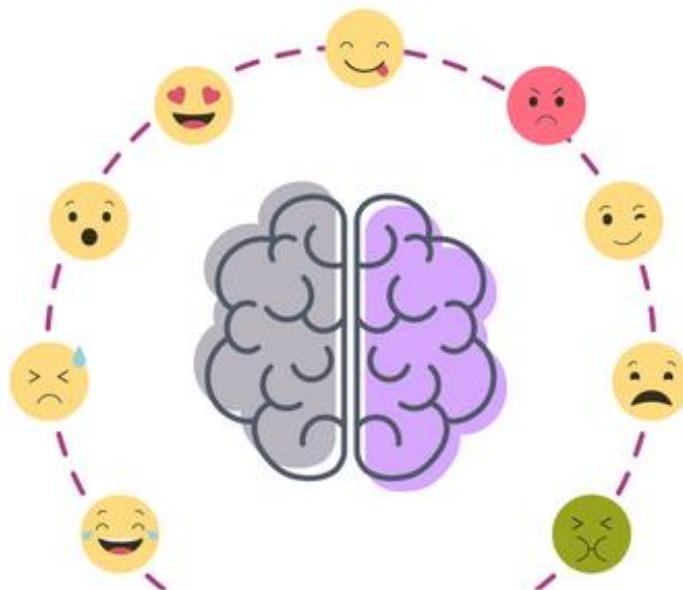
Maka dari itu pentingnya kita memberikan pelayanan yang maksimal yang membuat pelanggan merasa nyaman. Salah satunya dengan memahami dan mengetahui tentang emotional intelligence for customer.

MEMAHAMI KARAKTER PELANGGAN

Jika kita tahu karakter dari masing-masing pelanggan, maka akan lebih mudah untuk masuk dan memahami emosi mereka. Sehingga pelanggan/konsumen kita akan memiliki emosi yang kuat terhadap pelayanan yang kita berikan. Salah satu caranya adalah dengan menciptakan momen kebenaran.

Apa itu momen kebenaran? Momen kebenaran adalah dimana kita menjual produk dengan kualitas terbaik yang sudah kita coba terlebih dahulu produknya, sehingga kita bisa memberikan testimoni pribadi ataupun testimoni orang-orang terdekat kita dengan jelas dan pas sesuai kebutuhan konsumen.

Ada tangga kepuasan konsumen yang perlu kita ketahui dan pahami agar bisa mendapatkan konsumen/pelanggan yang loyal.



TANGGA KEPUASAN PELANGGAN

Tangga kepuasan konsumen tersebut antara lain:

1. **Ingin tahu.** Ini adalah tangga pertama dimana awal mula konsumen ingin tahu produk apa yang kita jual, bisnis apa yang kita jalankan dan siapa kita? Mereka akan tahu dan mencari tahu dari berbagai sumber, diantaranya adalah melalui postingan dan tampilan media sosial kita.
2. **Tertarik.** Setelah ingin tahu, naik ketangga berikutnya yaitu tertarik. Jika produk kita kualitasnya bagus dan ada banyak testimoni, serta bagaimana tampilan kita, Insya Allah akan jadi daya tarik tersendiri untuk konsumen tertarik.
3. **Mencoba.** Selanjutnya dari rasa tertarik akhirnya membeli produknya dan mencobanya. Inilah pentingnya kita menjual produk yang sarat manfaat, halal dan legal serta aman. Agar ketika banyak konsumen yang mencoba produknya merasakan manfaatnya.
4. **Kebutuhan.** Saling terkait dengan tangga-tangga sebelumnya, jika konsumen/pelanggan kita sudah merasakan manfaatnya, Insya Allah akan tergali kebutuhannya.
5. **Percaya.** Tangga selanjutnya adalah percaya. Jika konsumen sudah percaya dengan kita maka dia akan lebih mudah untuk beli berulang-ulang dan bahkan bisa merekomendasikannya ke banyak orang.
6. **Setia.** Setelah percaya maka dia akan setia untuk menjadi pelanggan kita.
7. **Fanatik.** Dan akhirnya berada di tangga fanatik. Sampai dia mengatakan "saya hanya mau belinya sama kamu". Masya Allah

Untuk melewati setiap tangga kepuasan konsumen tersebut pastinya harus berproses dan berprogress. Caranya adalah dengan menggunakan kecerdasan emosional yang kita miliki.

Jika antara kita dan pelanggan sudah terjadi ikatan emosi yang kuat, Insya Allah tak hanya fanatik, tapi bisa juga memberikan rekomendasinya kepada banyak orang untuk membeli produk kepada kita.



KOMPONEN DALAM EMOTIONAL INTELLIGENCE

Terdapat lima komponen terkait emotional intelligence, antara lain:

1. **Self-awareness:** menyadari perasaan atau keadaan yang sedang orang lain rasakan dan pengaruhnya terhadap orang lain.
2. **Self-regulation:** menggunakan kemampuan emosional untuk mengatur emosi yang akan memunculkan reaksi atau perilaku tertentu.
3. **Internal motivation:** mengambil keputusan sebagai bentuk optimisme, rasa penasaran, dan keinginan untuk mencapai sesuatu.
4. **Empathy:** memahami emosi orang lain dan menggunakan kemampuan ini untuk merespon orang lain berdasarkan tingkat emosional.
5. **Social skills:** menggunakan kemampuan emosional untuk membangun hubungan sosial yang kuat dengan sekitar.

Nah lima komponen tersebut bisa kita gunakan dalam menghadapi pelanggan dengan masing-masing karakter yang dimiliki konsumen/pelanggan kita.

Setelah kita paham tentang apa itu emotional intelligence dan bagaimana pengaruhnya terhadap bisnis kita, selanjutnya perlu kita pahami bagaimana penerapan emotional intelligence for customer ini.

Setiap orang mempunyai kemampuan emosional yang berbeda. Beberapa orang mempunyai emotional intelligence cukup baik, sementara ada yang menghadapi kesulitan untuk membangun emotional intelligence yang baik. Sebuah penelitian mengemukakan bahwa emotional intelligence yang tinggi jika dibandingkan dengan kemampuan akademik, berdampak pada ketahanan kesehatan fisik dan mental yang dimiliki dan mempengaruhi kesuksesan di dunia bisnis.



LANGKAH MENINGKATKAN EMOTIONAL INTELLIGENCE

Berikut beberapa langkah untuk meningkatkan emotional intelligence:

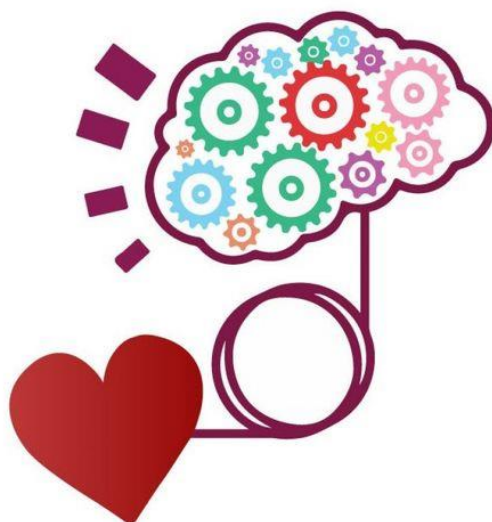
1. Penuh perhatian dan peduli, Perhatian dan peduli bukanlah hal yang sulit untuk dilakukan. Menanyakan kabar pada konsumen/pelanggan merupakan suatu tindakan kecil untuk menunjukkan bahwa Anda cukup peduli dengan mereka (pelanggan)
2. Peka terhadap orang-orang di sekitar, Jika konsumen kita sedang dalam keadaan tidak mudah atau sedang bercerita tentang keluhan produk atau pribadi, ada baiknya kita berempati dan memberikan solusi. Dengan begitu, mereka akan merasa dibantu dan senang akan kehadiran kita sehingga membuat mereka nyaman dan jadi pelanggan yang loyal.

Dan ada tambahan yang ingin saya sampaikan agar makin lengkap kita melayani konsumen dengan hati yaitu kita perlu menggunakan strategi Heart Selling.

Apa itu Heart Selling? Ini adalah salah satu cara menghadapi dan menarik konsumen agar terjadi closing.

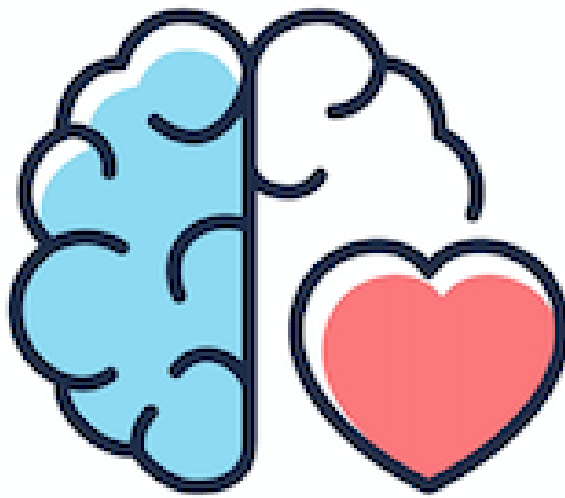
Mari kita bahas detail dan satu persatu teknik Heart Selling ini.

- **Hear:** Mendengar, Sebagai penjual kita harus menjadi pendengar yang baik untuk konsumennya. Mendengar apa yang menjadi kebutuhan, keluhan dan cerita-cerita konsumen baik tentang produk maupun pribadi. Ini akan membuat konsumen menjadi nyaman. Dan akan terjalin hubungan personal yang lebih dekat ketika konsumen merasa nyaman dengan kita.
- **Establish need:** Menggali kebutuhan konsumen
- **Analys:** Menganalisa kebutuhan konsumen dengan baik.
- **Recomendation:** Setelah kita tahu apa yang menjadi kebutuhan konsumen, lalu kita analisa lanjut merekomendasikan produk yang tepat untuk konsumen tersebut yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan.
- **Thank you:** Tutup dengan kesan percakapan dan pertemuan kita dengan konsumen baik secara virtual maupun langsung. Cara menutup dengan kesan yaitu dengan mengucapkan terima kasih, tetap tersenyum dan berikan energi positif pada konsumen.



CARA MENINGKATKAN KECERDASAN EMOSIONAL

1. Belajar mengelola emosi terutama emosi negatif. Meskipun sulit, namun cobalah untuk mengontrol emosi negatif pada diri.
2. Latih kemampuan komunikasi.
3. Bersosialisasi.
4. Kembangkan motivasi diri.
5. Terapkan active listening skills.



Semoga apa yang saya tuliskan bisa memberikan perubahan terhadap pencapaian bisnis kita semua. Dan Alhamdulillah semua yang saya tuliskan berdasarkan dari apa yang saya dapatkan dikomunitas bisnis MM.

Selain menggunakan strategi-strategi teknis, jangan lupa untuk mendoakan para pelanggan kita. Titip semua pelanggan kita pada Nya. Karena tidak ada yang bisa menjamin konsumen akan selalu membeli kepada kita. Maka dari itu kita tetapkan harapan hanya pada Allah SWT, semoga pelanggan kita selalu dijaga.

Banyak sekali ilmu yang saya dapatkan disini, baik ilmu teknis maupun non teknis. Karena bisnis tanpa ilmu tidak akan maju. Karena yang membuat bisnis itu bertumbuh adalah ilmu.

Maka pentingnya kita terus belajar habis-habisan lalu action gila-gilaan. Sekeren apapun ilmunya tak kan ngefek tanpa praktek.

Untuk teman-teman yang membaca tulisan ini dan merasa ingin bergabung juga dikomunitas MM agar dibina sampai dahsyat dan dibimbing sampai menghasilkan dengan berbagai pembinaan.

Silakan hubungi WA Wila 0878 8353 9173.

Tentang Penulis



Saya Wila Wiliasari mantan seorang bangsawan (bangsa Karyawan) yang bekerja 13 tahun lamanya dengan jabatan Supervisor area yang membawahi satu area provinsi yang memutuskan untuk keluar jadi zona nyaman dan fokus jadi pengusaha. dan Alhamdulillah atas izin Allah fokus 2 tahun dalam bisnis dan jadi pengusaha income naik berkali-kali lipat dan melebihi gaji kerja selama 13 tahun. Sudah mencetak banyak pengusaha yang tersebar diberbagai kota di Indonesia. Sorong, Kalimantan, Jawa Tengah, Jabodetabek, dan kota-kota lainnya.

Berbagai prestasi yang sudah saya raih dibisnis ini adalah bebas riba dan mengantarkan mitra-mitra untuk bebas riba juga. Terpilih menjadi The Best Performance, The Best Program Harian, The Best Improve The Process, dan sudah menulis lebih dari 2 E Book dan buku inspirasi.

Banyak program-program komunitas MM yang menjadi salah satu semangat dan jadi wasilah perubahan yang baik untuk mitra-mitra MM terutama saya. Antara lain:

1. Program SJM Yang mengingatkan dan mengajak semua mitra untuk rutin sedekah, perbesar terus nilai sedekah kita Insya Allah besar pula bisnis kita.
2. Program Sepasang Bidadari Yang mengajak kita untuk lebih berbakti pada orang tua
3. Program Remind Dhuha
4. Program Tahajud Berjamaah
5. Program CGA
6. Program TTDS (Tahajud, Tilawah, Dhuha, Sedekah)
7. Dan lain-lain

Sekian dari saya

Wila Wiliasari

Entrepreneur and Business Leader

