

Бизнес коучинг за предприемачи: “Екстраверсия в бизнеса”

“Empowering businesses Seeking Growth” Project SeeG Проект „Овластяване на бизнеса, търсещ растеж“

Beneficiary's Name:

LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT AGENCY - RAZLOG (BULGARIA)



The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme



The content of this document is the sole responsibility of the Local Economic Development Agency - Razlog and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority and the Joint Secretariat.

Экстраверсия



Бизнес

Понятието “екстраверсия”

- Екстраверсията в психологията е комплекс от личностни качества, които определят склонността на човека към активни социални контакти, която се изразява в общителност, активна беседа с различни хора и общителност. Също така с помощта на този комплекс се изразява ориентацията на човека към външната социална среда, а не към собствения му вътрешен свят.
- Екстравертните личности често се представят и вярват, че истинското им призвание е да общуват с хората и да творят.
- Екстраверсията се характеризира с такива качества като оптимизъм, импулсивност, променливост, небрежност.

Теорията на Юнг за интровертния и екстравертен тип

Екстраверсията е психологически термин, който описва определен тип човешка личност. Въвежда го Карл Густав Юнг, швейцарски психиатър, основател на аналитичната психология. Идеите му са доразвити от други изследователи, като най-голям интерес представлява социониката на Авра Августиновичите.

Идеята се фокусира върху това откъде хората черпят енергия. Интровертите са склонни да се фокусират върху вътрешния си свят – те имат нужда от тишина и време със собствените си мисли и чувства, за да се презаредят с енергия.

За разлика от тях, екстравертите се зареждат енергия от прекарване на време с други хора.

Интроверсията и екстравертността са част от един спектър, което означава, че макар повечето от нас да клонят към единия му край, никой не е 100% интроверт или екстраверт. Това усложнява нещата и прави идентифицирането на интровертите или екстравертите по-трудно.

Екстраверсия – външен свят

- Екстраверсията се характеризира чрез постоянната нужда от различни допълнителни външни факти и информация. Въз основа на тях се изграждат всички по-нататъшни дейности на индивида.
- Примери за екстровертни социотипове в литературата и историята, са: Наполеон, Дон Кихот, Хамлет, Виктор Юго, Щирлиц.

Знанието за това дали сте интроверт или екстроверт може да се отрази на начина, по който управлявате бизнеса си!

Всички екипи са групи, но не всички групи са екипи.

Всички търговци са хора, но не всички хора са продавачи.

Търговията по своята основна същност е извършване на продажба, а продажбите се правят от хора, продавачи. През годините сякаш позабравихме този факт, насочвайки своето внимание към все по-глобални въпроси, пренебрегвайки малката отделна личност.

Потребителското поведение разглежда въпросите за избор, оценка, решение за покупка от гледна точка на купувача, но понякога изглежда, че той е сам в този процес или общува с цялата търговска организация.

А най-често пред него не стои фирма или дори екип, а **отделен човек - търговец, продавач.**

Бизнесът се прави от хора и с хора

- Екстраверсията е Начин на психологическа ориентация, при която движението на енергията е към външния свят.
- Екстраверсията се характеризира с интерес към външния обект, отговорност и готовност за приемане на външни случки, желание за влияние върху и от събития, нужда да се присъединиш и да се погаждаш "с нещо", способност да се понася навалица и шум от всякакъв вид и дори да се възприемат като приятни, трайно внимание към външния свят, набиране на приятели и познати без много грижлив подбор, и накрая, придаване на голямо значение на образа, който човек прокарва.

Това е присъщо и за бизнес средата, нали?

Бизнесът е и обществен ...

- **Житейската философия и етика на екстраверта по правило са с подчертано колективна природа и черти на алтруизъм, а съзнанието му до голяма степен зависи от общественото мнение.**



Самооценка на предприемача:



Личностните качества в бизнеса с клиенти – услуги, директни продажби

- Изживяването на всеки отделен клиент е уникално по свой собствен начин, така че бизнесът се нуждае от хора, които са готови да поемат трудностите и които могат да се справят с тях тук и сега, които могат да предвидят трудни ситуации много преди да се превърнат в реални проблеми.
- Основната задача на много бизнеси е свързана с удовлетвореност на клиентите.

Екстроверт

За предприемача познанието за това към кой край на спектъра клони, може да бъде от ключово значение за управлението на работния ден и дори работната седмица. Така можете по-добре да определите върху кои аспекти на бизнеса искате да се съсредоточите, каква роля искате да играете и къде да насочите енергията си. Всичко това е полза на здравето на вашия бизнес, а в крайна сметка и на вашето лично физическо и психическо здраве

Интроверт

Управление на взаимоотношенията

Градете социално съзнание и управлявайте взаимоотношенията си

- След като научите какви са вашите нуждите, граници и стресори ще започнете по-лесно да идентифицирате същите у другите, придобивайки социално съзнание. С времето ще се научите как да идентифицирате и удовлетворявате нуждите на другите, което пък ще ви помогне да изградите по-силни взаимоотношения с тях. Това ще бъде от полза не само за самия вас, но и за бизнеса ви.
- С други думи, когато се питате дали сте интроверт или екстроверт, вие всъщност опитвате да разберете как по-добре да управлявате своите емоции.
- Вие градите емоционална интелигентност.
- Това ви дава нужните инструменти да помагате както на себе си, така и на другите, реализирайки пълния си потенциал.

Отношението към клиента е решаващо за бизнеса

- Услугата е процес, който протича между клиент и лице или организация, предоставяща услугата, той е дълбоко индивидуален и дори интимен до известна степен.
- Услугата се консумира в момента на нейното предоставяне. Ако купувачът не е доволен от продукта, той може да го замени за друг или да върне парите; услугата не е възможна. Най-често е невъзможно обективно да се покаже на клиента дали услугата е добра или не, един критерий работи - дали му харесва или не.
- Разочарован клиент не се оплаква, а просто сменя продавача. Разочарованието не е проблем на физическите качества на услугата, то е сравнение на очакванията и получените впечатления. Ясно е, че качеството на услугата е основно въпрос на контакт или взаимодействие.

Да направим тест за Вашата личност

Индикаторът на Майерс-Бригс използва четири дихотомии с два края, за да изучава личността.

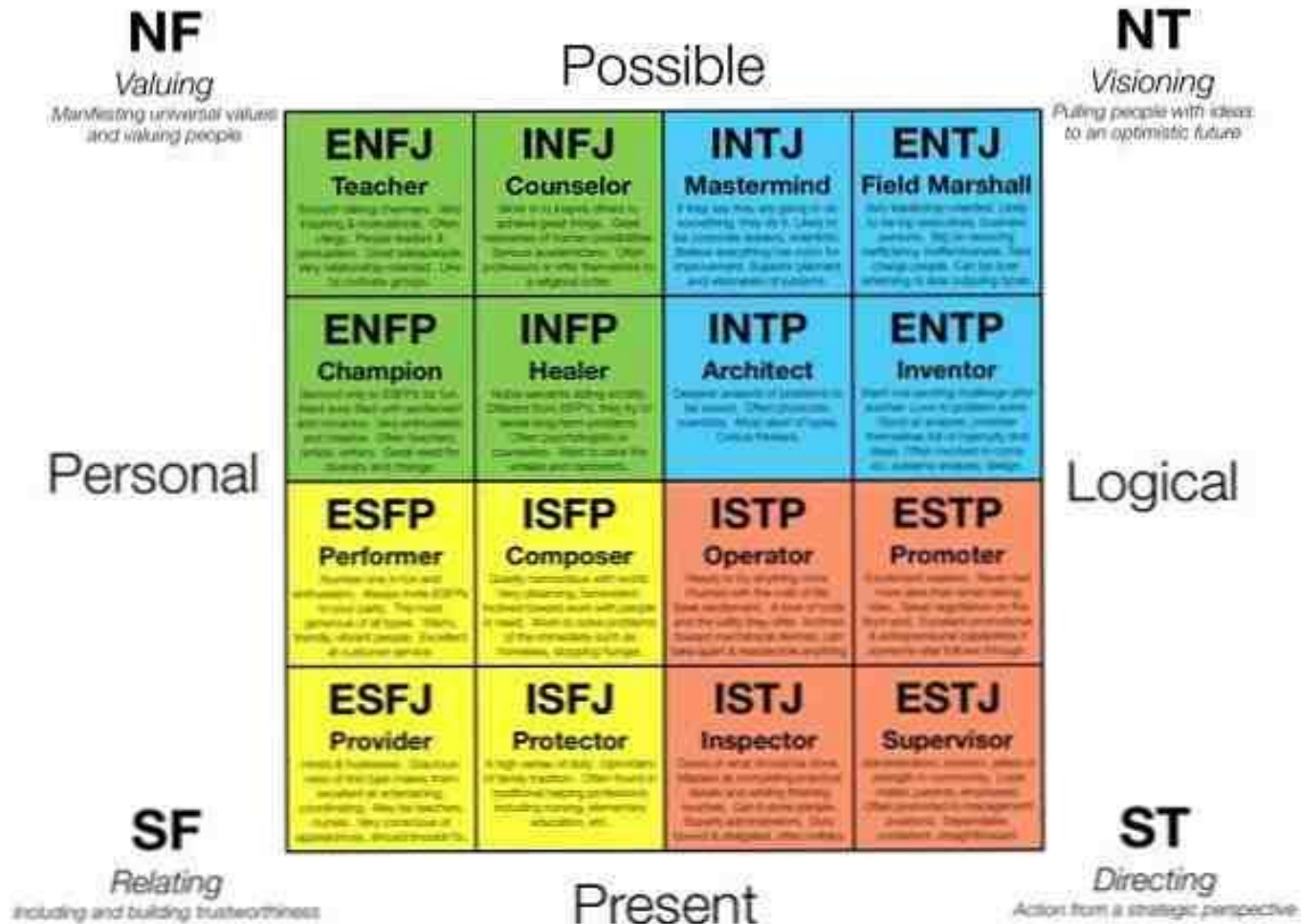
Тези фактори са следните:

- Екстраверсия (E) или интраверсия (I)
- Интуиция (N) или усещане (S)
- Мисъл (T) или чувство (F)
- Решение (J) или възприятие (P)

Всеки човек отговаря на въпросите, които се поставят в теста, като размишлява върху техния начин на съществуване, мислене и чувство, което прави това средство за измерване, основано на самоанализ. От тези отговори, **получените данни са групирани и по този начин се установява кой от 16-те типа личност .**

Тя служи за по-добро описание на начина на съществуване и предпочитанията на самия себе си.

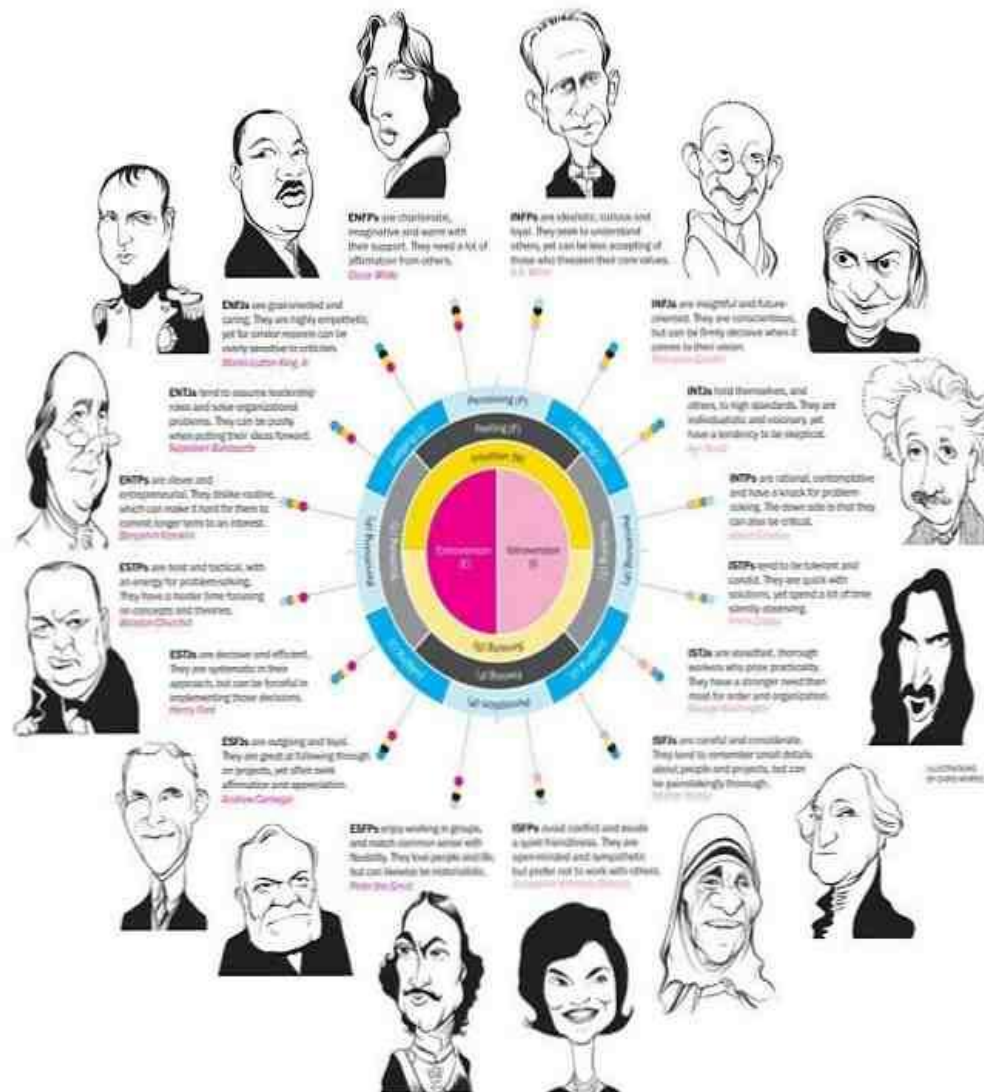
Тест + Лист с описание на личностните типове



Задача 2. Опишете себе си и хората, с които работите – какъв сте в процеса на общуване с клиенти и партньори?



16-те типа личности по Индикатора на Майерс-Бригс



Да поработим върху успешен модел на поведение на предприемача ...

“Empowering businesses Seeking Growth” Project SeeG Проект „Овластяване на бизнеса, търсещ растеж“

Beneficiary’s Name:

LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT AGENCY - RAZLOG (BULGARIA)



The Project is co-funded by the European Regional Development Fund (ERDF) and by national funds of the countries participating in the Interreg V-A “Greece-Bulgaria 2014-2020” Cooperation Programme



The content of this document is the sole responsibility of the Local Economic Development Agency - Razlog and can in no way be taken to reflect the views of the European Union, the participating countries, the Managing Authority and the Joint Secretariat.