

BD 公司销售人员工作倦怠成因分析及对策

陈 璿

(南昌大学, 江西 南昌, 330031)

一、引言

随着中国经济的快速发展, 家用水处理设备市场的竞争日益激烈。严峻的从业环境以及高强度的工作压力, 导致业内大量销售人员出现身心疲惫的状态。对此, 本研究尝试通过问卷调查法了解 BD 公司销售人员的工作倦怠程度, 并探讨造成水处理设备销售人员的职业倦怠的成因及解决对策。

二、工作倦怠概述和现状

2019年5月28日, 在瑞士日内瓦举行的世界卫生大会上, 《国际疾病分类》第十一次修订本将“工作倦怠”作为一种职业现象纳入其中。世界卫生组织对“工作倦怠”的定义是: “由于未能妥善控制的长期工作压力所造成的一种综合症。”工作倦怠是一种由工作引发的心理枯竭现象, 是上班族在工作的重压下体验到的身心俱疲、能量被耗尽的感觉, 主要缘于心理的疲乏。

近年来, 水处理设备因为市场覆盖率低、进入门槛低以及可持续发展等优势, 吸引了大量国内外资本的关注, 销售竞争由此变得越发激烈。在行业展会中, 通过多次与业内人士沟通发现, 从业人员的心态发生了明显的消极变化, 尤其是销售人员, 他们对行业、公司和自身的评价较为悲观, 大量销售人员计划跳槽、转行。由此, 本研究尝试用专业量表来分析 BD 公司销售人员的工作倦怠程度并探讨解决对策。

三、实验内容

(一) 实验方法及实验工具

本研究主要采用问卷调查法收集数据, 用 Maslach 职业倦怠调查普适量表 (Maslach Burnout Inventory General Survey, 简称 MBI-GS) 对公司销售人员进行问卷调查。该量表在职业倦怠领域内为国际通用且经过多次反复验证, 具有很高的信度和效度。问卷共 15 个题目, 包括: 情绪衰竭 (1-5 题)、工作态度 (6-9 题) 和成就感 (10-15 题) 三大维度。量表采用 7 点自评方式, 计分方式为 0-6 分, 分值越高则倦怠越强。7 点计分平均值中间数为 3

分, 3 分以下者表示职业倦怠较低, 3 分 (含)~5 分表示中度职业倦怠, 5 分及以上者表示高度倦怠。

(二) 实验对象

实验对象为 BD 公司的 31 位销售人员, 共发放问卷 31 份, 回收问卷 28 份, 有效问卷 28 份。其中男性 24 位, 女性 4 位; 教育学历为本科及以上学历共 19 人, 专科及以上学历共 9 人; 平均年龄为 35 岁。

(三) 结果

通过问卷所收集的相关数据, 对 BD 公司的销售人员的共组倦怠情况进行描述性分析, 具体见表 1。

表 1 BD 公司销售人员职业倦怠表

评价指标	平均数	标准差
情绪衰竭	3.54	1.07
工作态度	2.76	0.92
低成就感	4.03	0.87

研究发现, BD 公司销售人员在情绪衰竭、工作态度及低成就感三大维度的平均值和标准差分别为: 情绪衰竭 3.54 ± 1.07 、工作态度 2.76 ± 0.92 、低成就感 4.03 ± 0.87 。基于问卷的计分规则可得, BD 公司销售人员的情绪衰竭及低成就感维度分值较高, 倦怠感强。按职业倦怠总分计分, 45 分以下即轻度或无倦怠者为 35.7%; $45 \leq A < 75$ 分即中度倦怠占 60.7%; 另 3.6% 为严重倦怠者, 综合来看, 有工作倦怠问题的员工高达 64.3%。

四、探讨成因

基于 BD 公司销售人员的职业倦怠现状, 经过近年的沟通、观察, 将其主要归纳为以下四方面。

(一) 宏观经济环境

自我国改革开放以来, 中国经济以傲人的成绩一跃成为全球第二。中国经济体这个庞然大物, 正以惊人的发展速度吸引着全球的关注。而就家用水处理设备行业来说, 其国内市场萌芽于 2000 年前后。中商产业研究院的调研数据显示: 在 2010—2017 年, 家用水处理设备行业年销售量一度攀至 1300 万台, 市场规模达 270 亿元, 企业数量一度高达 2000 多家, 行业竞争激烈, 形态表现多样化。但进入 2018 年以来, 家用水处理设备行业连续 3 年

增速减缓,行业整体进入疲态期。截至2019年,中国家用水处理设备市场的整体规模下降1.9%。2020年度,因为疫情等突发事件影响,中国家用水处理设备市场规模已低于300亿元。

(二) 企业环境

在经历过快速发展之后,家用水处理设备企业迎来了自身阵痛改革的窗口期。很多企业内部制度的缺陷开始逐渐凸显,出现了管理体制陈旧、产品脱离市场、管理模式落后等问题。

(三) 销售人员自身

据职业倦怠的高发榜显示,市场销售人员由于其工作挑战大、压力重、淘汰率高、上升空间狭窄等原因位列榜单第八位。由于职业的残酷性,该职业的普遍入职门槛不高,从业人员的终生学习能力较弱,这些都使得家用水处理设备销售人员的身心健康面对着巨大挑战。2004年中国人力资源开发网发布的《中国“工作倦怠指数”调查结果》显示,当年已有70%的被调查者处于轻度倦怠状态,39.2%的受访者属于中度倦怠,13%的受访者处于高度倦怠状态。

五、应对策略

由于宏观经济环境和企业环境是销售人员个人无法改变的,所以本研究尝试从销售人员自我调节身心健康出发,基于积极心理学的视角,运用心理学相关理论及效应来探讨职业倦怠问题的应对策略。

(一) 自我认知策略

作为一个独立个体,销售人员要完成一项任务,首先要对自身和任务建立清晰的认知。销售人员不仅要对自己的优缺点、任务的难易程度进行客观分析,同时还要对两者的匹配度进行全面评估,如果盲目地设定超出自身现有能力的目标,容易导致失败,同时影响个体自信的积累;而如果沉溺于低难度任务的完成,则容易形成自大的性格,进而对更高难度任务的完成造成阻碍。因此,在这个过程中,销售人员需避免横向比较,学会纵向对比,同时避免用自己的弱项和别人的强项比,充分发挥自己的优势,从实际出发完成相应难度的任务。

(二) 自我期待策略

作为水处理设备行业的销售人员,除了要正视销售职业屡遭拒绝所带来的受挫感外,还要正确看待众多竞争品牌争取一个终端客户的高强度挑战带来的工作压力。在激烈的竞争环境下,销售人员容

易陷入自我质疑、消极压抑的情绪漩涡。心理学界有个著名的“皮格马利翁效应”,该效应认为教师对学生的期望,会在学生的学习成绩等方面产生效应。如教师寄予很大期望的学生,经过一段时间后测试,他的学习成绩会比其他学生更好。所以,借鉴“皮格马利翁效应”的启示,销售人员可以尝试每天进行自我鼓励,将积极心理暗示训练融入到自己的习惯性思维模式中,在碰到困境时,给自己以鼓励,在获得成功后,给自己以奖励,从而不断积蓄正面力量,形成正反馈。

(三) 情绪应对策略

情绪是个体思维的态度体验所引发的一系列行为反应,情绪反映的是个体的内在思想。简言之,积极的思想会形成积极的行为反应,反之则为消极的行为反应。美国心理学家阿尔伯特·艾利斯提出的情绪ABC理论,很好地解释了这一现象。A代表诱发事件,B代表信念,C代表结果,即个体对事情的情绪反应。影响人们情绪的,不是A,而是B,即不同的人对同一事件会有不同的认知和评价,从而产生不同的情绪反应。如果销售人员对公司的管理层是顺应和理解的,那么对于公司发布的合理变革,会表现出赞同和支持;反之则会产生质疑的情绪。同时,不同情绪的销售人员,面对消费者的同一句话,也能做出不同的解读,从而产生不同的行为反应。相比之下,做出积极解读的员工,更有助于构建良好的客情关系,而消极解读的员工则相反。长久以往,消极解读的员工所面对的逆境会不断扩大,在公司、团队、客户中感到自己格格不入。长期的负反馈,如果得不到肯定和支持,就必然会导致销售员工个体工作倦怠的发生和恶化。

所以,水处理设备行业的销售人员作为容易产生工作倦怠的职业群体,应当主动建立乐观的认知信念,同时应用积极心理学的思维不断改善自身的工作倦怠程度,进而保证身心健康。

【作者简介】陈璐,南昌大学。