



۲۰۶۶۹۹۸

کتابخانه ملی

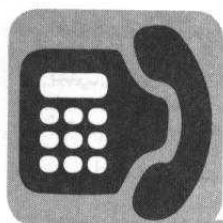
تماس‌های میلیاردي

براد استقامت



سرشناسه	: استقامت، بهزاد، ۱۳۵۱ - Esteghamat, behzad
عنوان و نام پدیدآور	: تماس های میلیاردری / بهزاد استقامت؛ ویرایش صوری صفورا حیدری، فائزه نجفی.
مشخصات نشر	: تهران : کلید آموزش، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۷۰ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۴-۲۷۵-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: بازاریابی تلفنی
موضوع	: Telemarketing
موضوع	: فروش تلفنی
موضوع	: Telephone selling
موضوع	: افزایش فروش
موضوع	: Sales promotion
بندی کنگره	: HF۵۴۱۵/۱۲۶۵
رده بندی دیه	: ۶۵۸/۸۴
شماره کتاب شناسی	: ۵۹۲۵۸۲۷

نام اثر	: تماس های میلیاردری
نویسنده	: بهزاد استقامت
ویرایش صوری	: صفورا حیدری و فائزه نجفی، از مؤسسه «ویراستاران»
صفحه آرا	: محمد سعیدی
طراح جلد	: مهدی سجادی
نوبت چاپ	: اول، ۱۳۹۸
شمارگان	: ۱۰۰۰ نسخه
قیمت	: ۵۸۰۰۰ تومان
ناشر	: کلید آموزش
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۲۷۴-۲۷۵-۹
نشانی	: info@rahemodiran.com



فهرست

۲۱.....	فصل اول. پشت پرد فروش های میلیاردی
۲۳.....	مسئولیت پذیری؛ چرا باید مسئولیت صد درصدی زندگی خود را بپذیرید؟
۲۳.....	چه کسی مقصراست؟
۲۴.....	اصل موضوع چیست؟
۲۶.....	چه باید کرد؟
۲۸.....	چهار احتمال موفقیت در بازاریابی و فروش تلفنی
۲۹.....	فصل دوم. متافیزیک و کاربرد آن در بازاریابی و فروش تلفنی
۳۱.....	فیزیک و متافیزیک
۳۱.....	تعریف متافیزیک
۳۲.....	نقش متافیزیک در بازاریابی و فروش تلفنی
۳۳.....	قانون مدارها
۳۴.....	چه چیزی ما را به مدار بالاتر هدایت می کند؟
۳۶.....	واقعیت زندگی شما چیست؟
۳۷.....	باور، ذهنیت یا نگرش چیست؟
۳۹.....	قدرت باور در حیوانات
۴۲.....	باورها چگونه شکل می گیرند؟
۴۳.....	بازاریابان و فروشندگان تلفنی حرفه ای و باورهای آن ها
۴۴.....	چگونه باورهای مخرب و محدودکننده خودمان را پیدا کنیم؟

۴۴	چگونه باورهای محدودکننده را تغییر دهیم؟
۴۵	روش شرطی سازی
۴۶	عبارت های تأکیدی مثبت و تلقین
۴۸	استفاده از الگو
۴۹	کنترل ورودی های ذهنی
۵۰	تجسم خلاق
۵۱	باورهای مثبت یک بازاریاب و فروشنده تلفنی موفق
۵۲	چطور بهمم به مدار بالاتری رفته ایم؟
۵۲	نقش احساسات در تصمیم گیری خرید
۵۴	نقش احساسات در بازاریابی و فروش تلفنی
۵۵	نقش احساسات در ایند فوش
۵۵	بهره گیری از احساس شتر در بازاریابی و فروش تلفنی
۵۶	معنی فروش در فرهنگ لغات
۵۷	اعتماد به نفس و عزت نفس
۵۸	ترس هایتان را شناسایی کنید

۶۱ فصل سوم. اهمیت هدف گذاری در بازاریابی و فروش تاخی

۶۳	تصمیم بگیرید که چه می خواهید
۶۳	هدف گذاری
۶۴	اهمیت هدف گذاری در بازاریابی و فروش تلفنی
۶۵	تنظیم اهداف در بازاریابی تلفنی
۶۸	چرا حتماً باید اهداف خود را بنویسیم؟
۶۸	ایجاد عادت به نوشتن و تصویرسازی
۶۹	آموزش بازاریابی تلفنی به پرسنل
۶۹	نظارت بر تماس ها و بررسی بازخوردها
۶۹	تنظیم و دستیابی به اهداف در بازاریابی و فروش تلفنی

۷۱ فصل چهارم. بازاریابی و فروش تلفنی چیست و چه کاربردهایی دارد؟

۷۳	بازاریابی و فروش تلفنی و دنیای رازآلود آن
----	---

- ۱۰۶..... چگونه شنونده خوبی شویم ؟
- ۱۰۷..... فروش رفتاری.....
- ۱۰۹..... شناسایی تیپ‌های شخصیتی افراد از پشت تلفن.....
- ۱۱۱..... چرا باید تیپ شخصیتی افراد را تشخیص دهیم ؟
- ۱۱۲..... تقسیم‌بندی تیپ‌های شخصیتی.....

فصل ششم. تکنیک‌ها و تاکتیک‌های بازاریابی و فروش تلفنی..... ۱۳۷

- ۱۳۹..... تکنیک‌ها و تاکتیک‌ها در فرایند بازاریابی و فروش تلفنی.....
- ۱۳۹..... برنامه‌ریزی برای تماس گرفتن.....
- ۱۴۰..... فرایند بازاریابی و فروش تلفنی.....
- ۱۶۰..... هنر گوش دادن مؤثر و گوش دادن فعال.....
- ۱۶۱..... تکنیک تکرار در گوش دادن فعال.....
- ۱۶۷..... مهارت‌های گوش دادن و برخورد و لذت بخش کنید.....
- ۱۶۷..... تکنیک یادداشت‌برداری.....
- ۱۶۸..... تکنیک ترغیب مشتری به صحبت کردن.....
- ۱۶۸..... تکنیک سؤال کردن از مشتری.....
- ۱۶۸..... آیا تفاوت شنیدن و گوش دادن را می‌دانید ؟.....
- ۱۶۹..... نقش تمرکز در بازاریابی و فروش تلفنی.....
- ۱۷۰..... گوش دادن مؤثر برای تشخیص نوع شخصیت.....

فصل هفتم. پرسش‌های هوشمندانه برای کسب اطلاعات مؤثره..... ۱۷۱

- ۱۷۳..... پرسش‌های مؤثر برای کسب اطلاعات مفید.....
- ۱۷۴..... چطور اطلاعات موردنیازم را از مشتری بگیرم ؟.....
- ۱۸۲..... بررسی چهار نکته کلیدی در تصمیم‌گیری به خرید.....
- ۱۸۳..... قدرت سؤالات کوتاه در بازاریابی و فروش تلفنی.....
- ۱۸۷..... پنج گام مهم برای طراحی پرسش در بازاریابی و فروش تلفنی.....

فصل هشتم. برنامه‌ریزی برای بازاریابی و فروش تلفنی..... ۱۹۱

- ۱۹۳..... برنامه‌ریزی برای بازاریابی و فروش تلفنی.....
- ۱۹۶..... جوینده یا بنده است.....

- قانون ۷ ثانیه در بازاریابی و فروش تلفنی ۱۹۸
- افکار مشتری را روی طول موج WIFM تنظیم کنید ۲۰۱
- غلبه بر تنفر از بازاریابی و فروش تلفنی ۲۰۲

فصل نهم. رسیدگی به شکایات و اعتراضات مشتریان ۲۲۳

- اعتراضات و شکایات مشتریان ۲۲۵
- تشخیص موانع فروش ۲۳۵
- نحوه برخورد با مشتری عصبانی براساس مدل ASAP ۲۵۷
- شش توصیه روان شناسی برای اینکه بازاریاب حرفه ای شوید ۲۶۰

www.ketab.ir



پیشگفتار

اکثر سازمان‌ها و شرکت‌ها هزینه‌های زیادی صرف تبلیغات می‌کنند، به این امید که مشتریان به تلفن‌های شرکت‌شان برگردند، کالا یا خدماتی بخرند؛ اما معمولاً این اتفاق نمی‌افتد. برخی مدیران بدون اینکه به دنبال دلیل کاهش فروش در داخل سازمان خود یا علت از دست دادن مشتریان قدیمی بگردند، دائم عوامل بیرونی مثل شرایط بد اقتصادی را مقصر می‌دانند. این دسته مدیران از افرادی که در سازمان وظیفه پاسخ‌گویی به تلفن‌ها را دارند غافل شده‌اند. آن‌ها به دلیل نداشتن تجربه و مهارت و ندانستن اداب مذاکره تلفنی، درهای ورودی را به روی مشتریان احتمالی می‌بندند و یک قفل هم به آن می‌زنند. مشتری هم ناامید، تلفن را قطع می‌کند و در به در به دنبال شماره تلفن شرکت یا سازمان دیگری می‌گردد، به این امید که نیازش برآورده شود و با او با احترام صحبت کنند.

اپراتورهای تلفن هم سلام و احوالپرسی و خدا حافظی درست و حساب می‌کنند، یا بی‌خوابی شب قبل خود را بر سر مشتری خالی می‌کنند، یا به دلیل نداشتن علاقه به مشکل‌شان خیلی بی‌تفاوت و با جواب‌های سربالا، حال مشتری را می‌گیرند، یا مشکلات شخصی‌شان را با خود به محل کار می‌برند. خلاصه، مشتری از هزراهی که می‌خواهد وارد سازمان شود، با درهای بسته مواجه می‌شود. این کتاب به مدیران سازمان‌ها و بازاریابان و فروشندگان تلفنی و همچنین، اپراتورها کمک می‌کند که درهای بسته را به روی مشتری باز کنند و با برآورده کردن نیاز مشتریان، آن‌ها را خشنود کرده و فروش میلیاردری را تجربه کنند.

بهزاد استقامت