

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

زمان بدن

در بازاریابی و فروش



مؤلف:

سید حجت بزاززاده - میناجعفر صابونچی

عنوان و نام پدیدآور: زبان بدن در بازاریابی و فروش / مولف سیدحجت بزاززاده ، مینا جعفر صابونچی .

مشخصات ظاهری: ۱۲۸ ص: مصور.

وضعیت فهرست نویسی: فیا

in marketing : موضوع

موضوع: Communication

body language **جَوَاف**

الفردية والحرية

دە پندە: ۱۳۹۵/۲/۲۴؛ ۱۵/۱۲۳/۵۴۵-IF

٥٣ : ١٤٠٠/٨٥٨

نمونه کتابشناسی: علم...

١٠٠



مؤلفان: سید حجت بزاززادہ - مینا جعفر صابونیچی

تصویرگر: مجید صابری

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ اول: ۱۳۹۵

شماره: ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۶۳۲۹ - ۸۱ - ۲

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

نشانی نشر: تهران، خ طالقانی، نرسیده به میدان فلسطین، خ سرپرست

جنوبی، کوچہ پارس، پلاک ۱۱، واحد ۲

تلفن: ۶۶۴۸۳۰۶۶ ، نمابر: ۶۶۴۱۵۲۳۳ ، تلفن همراه: ۰۹۱۲۶۰۱۶۴۱۹

www.talaei.ir nashre.talaei@gmail.com

همه حقوق چاپ و نشر کتاب «زبان بدن در بازاریابی و فروش» برای نشر
طلایی محفوظ است. هرگونه بهره‌برداری از این اثر به اجازه کتبی از ناشر
نیاز دارد.

پیشگفتار مؤلفان

در ارتباط با تکنیک‌های فروش و بازاریابی تا به امروز کتب متعددی نوشته شده است اما کمتر کتابی به تبیین جایگاه استراتژیک ارتباطات غیر کلامی پرداخته است. پروفیسور آلبرت محرابیان به این امر پی برد که ارتباطات غیر کلامی نسبت به سایر ابزارهای ارتباطی بیشترین تأثیر را در ذهن مخاطب خواهد داشت.

مخاطب ما در اینجا یک مشتری است، همان کسی که قرار است به او ایده، خدمات و یا کالای خود را نروسیم؛ ما برای برقراری ارتباط بهتر با وی از سه ابزار کلیدی کلمات، لحن بیان و حرکات بدن. که به آن همان زبان بدن می‌گوییم استفاده می‌کنیم. زبان بدن دارای اهمیت خاصی است، این نوع از زبان می‌تواند منجر به موفقیت و یا عدم موفقیت ما به‌عنوان یک بازاریاب و فروشنده فہام شود.

شناخت لازمه هر حرکتی است و برای شروع یک بیزنس خوب باید بدانیم که شریک تجاری ما چه بازخوردی از ایده، خدمات و یا کالای ما دارد. انسان‌ها به دلایل مختلف آن چیزی را که در ذهن دارند بیان نمی‌کنند حال آن‌که به‌عنوان یک فروشنده حرفه‌ای چطور بتوانیم در کمترین زمان ممکن بازخورد مناسبی از فہم مذاکره خود بگیریم و به این نتیجه برسیم که آیا این معامله می‌تواند مفید باشد و یا نه.

همه ما از زمانی که از خواب بیدار می‌شویم در محیط خانواده و یا محل کار در ارتباط با هم‌نوعان خود هستیم و جالب‌تر اینکه به نحوی ترس خرید و فروش ایده‌های خود به دیگران هستیم؛ لزوماً برای این معامله نباید پولی جابه‌جا شود؛ همین‌که طرف مقابل طرز نگاه ما را نسبت به موضوعات قبول کند یعنی اینکه ما توانسته‌ایم ایده خود را بفروشیم!

پس به بیان دیگر همه ما یک فروشنده هستیم. با این استفاده، شناخت کامل زبان بدن مشتری می‌تواند به نیروی عظیم و کاربردی تبدیل شود نه به کمک می‌کند تا از بسیاری از دو راهی‌ها، شک‌ها و تردیدها رهایی یافته و در نهایت انتخاب‌ها و تصمیم‌های اثر بخش‌تر و کارآمدتری را بگیریم.

در کتاب پیش روی ما در چهارده فصل، به صورت روان و خلاصه زبان بدن مورد تحلیل و بررسی قرار می‌دهیم و کاربردهای هر بخش را با توجه به شرایط مختلف و فرهنگ کشورهای متفاوت مورد بررسی قرار می‌دهیم. این کتاب با نگاهی خلاصه اما کاربردی، دید نویی را به علاقه‌مندان به مباحث زبان بدن به‌خصوص دانشجویان رشته‌های مدیریت بازاریابی و فروش ارائه می‌دهد.

سید حجت بزاززاده - مینا جعفر صابونچی

فهرست

فصل اول:

زبان بدن به چه معناست و چه نقشی را در دنیای تجارت می تواند ایفا کند؟ / ۷

نقش زبان در بررسی زبان بدن / ۸

تحلیل حرکات مختلف بدن / ۸

بالا انداختن شانه ها به چه معناست؟

برای خشان دادن موافقت با موضوع های مطرح شده در جلسه های

تجارت چگونه می توان از دست های خود استفاده کرد؟

هنگامی که مذاکرات تجاری دست خود را به چهره می گذارید

به چه دست / ۱۰

قرار گرفتن پاها به رو، چمدیگر به چه معناست / ۱۱

فصل دوم:

ذکاوت بازاریاب در پرسش زبان بدن / ۱۲

ترکیب حرکت دست در جلسه های مختلف / ۱۲

معناست / ۱۲

شکل دست دادن به چه معناست و چه خطای رایجی در این عمل به معنای را

منتقل می کند؟ / ۱۲

زبان بدن چگونه دروغ گفتن افراد را فاش می سازد / ۱۵

نقش ذهن نیمه هوشیار و زبان بدن در افراد دروغگو / ۱۵

حالت های جزیی در زبان بدن در هنگام دروغ گفتن / ۱۷

آیا فرد دروغگو می تواند زبان بدن را جعل کند؟ / ۱۸

فصل سوم:

خطای های زبان بدن / ۱۹

آیا زبان بدن نیز خطا می کند؟ / ۱۹

خطای اول: ورود مضمینی

خطای دوم: چشم های المرده و خمگین

خطای سوم: افراط در پایین انداختن سر

خطای چهارم: دست های بدون روح و خالی از احساس

خطای پنجم: وپرس ملاکت آوری...

خطای ششم: رنگ عطری به نام آه و ناله

خطای هفتم: خمیازه کشیدن

خطای هشتم: سر خود را با دست نهوشانید

خطای نهم: هیچ و بی خود لب خود را تگزید

خطای دهم: لمس مو

خطای یازدهم: تنگ کردن حلقه چشم

خطای دوازدهم: حالت آبروی خود را کنترل کنید

خطای سیزدهم: از بالای عینک نگاه نکنید

خطای چهاردهم: فلاپ کردن دست ها جلوی سینه

خطای پانزدهم: مالش دادن چشم ها، گوش ها و بینی

فصل چهارم:

قلمروها در زبان بدن به چه معناست / ۲۲

آیا فرهنگ در تعیین قلمرو شخصی افراد مؤثر است / ۲۲

دسته بندی قلمروها / ۲۲

دسته اول (حوزه صمیمی / ۱۵ تا ۴۵ سانتیمتر)

دسته دوم (حوزه شخصی / ۴۵ تا ۱۲۲ سانتیمتر)

دسته سوم (حوزه اجتماعی / ۱۲۰ تا ۳۶۰ سانتیمتر)

دسته چهارم (حوزه عمومی / بیش از ۳۶۰ سانتیمتر)

به طور کلی افراد به یکی از دلایل زیر یک به حوزه صمیمی ما وارد

می شوند / ۲۵

قانون طلایی فاصله / ۲۶

استانها در قانون فاصله ها / ۲۶

قوانین نانوشته با توجه به فرهنگ و مذهب مردم ایران / ۲۶

قوانین نانوشته در غرب / ۲۷

فصل پنجم:

آیا فرهنگ بر قلمروهایی که افراد برای خود تعیین می کنند اثرگذار

است؟ / ۲۹

آیا توجه نکردن به حدود فاصله ها نتیجه جلسه ها را تحت تاثیر قرار

می دهد؟ / ۳۰

آیا فاصله ها در زبان بدن با توجه مناطق شهری و روستایی متفاوت

است؟ / ۳۱

آیا کارایی های افراد جزئی از قلمرو آن ها محسوب می گردد؟ / ۳۲

فصل ششم:

دست های مختلف کف دست در زبان بدن / ۳۵

قدرت کف دست و تاثیر آن در ارتباط های غیر کلامی بر مخاطب / ۳۵

دست دادن حالتی دیگر از زبان بدن و شکل تکامل یافته ای از احوال

پرسش / ۳۸

دست دادن به پایین

دست دادن رو به بالا

دست دادن مستقیم

دست دادن به دور

آیا همیشه باید دست دادن پیش قدم شد؟

تقاضای ترین نوع دست دادن چگونه است؟

دست دادن در محاسبات سیاستمدارها

دست دادن با حالت مالش

دست دادن انگشت خراش

افرادی که هنگام دست دادن شما را به خود می کشند چه منظوری

دارند؟

فصل هفتم:

چگونه یک مدیر و یا یک بازاریاب با دست دادن می تواند صمیمیت و

اعتماد را به طرف مقابل منتقل کند؟ / ۴۵

حالت های مختلف دست و بازو در زبان بدن یک مدیر و فروشنده / ۴۷

مالیدن کف دست ها به هم به چه معناست / ۴۷

انتظار دریافت پول با استفاده از زبان بدن / ۴۸

انگشت های گره خورده دست ها و دو پیام متفاوت / ۴۹

دست هایی با نمای برج، حالتی استثنایی در زبان بدن / ۵۰

حالت خانواده سلطنتی / ۵۲

انگشت شست و تعابیر مختلف آن / ۵۳

استفاده از انگشت شست در بین خانم ها و آقایان / ۵۵

فصل هشتم:

حالت‌های مختلف دست به چهره / ۵۷

تشخیص دروغ گفتن با استفاده از حالت دست و چهره / ۵۷

پوشاندن دهان حالتی یکسان در بزرگسالان و کودکان / ۵۸

اگر دست‌ها بینی را لمس کنند به چه معناست / ۵۹

مالیدن چشم‌ها به وسیله دست‌ها / ۵۹

خاراندن گوش‌ها / ۶۰

خاراندن گردن / ۶۱

کشیدن یقه لباس / ۶۱

آلگشت در دست به چه معناست / ۶۲

حالت‌های دست و پا در زبان بدن با دقت تفسیر کنید / ۶۳

حالت‌های مختلف کف دست و پا / ۶۳

قرار دادن دست بر زیر چانه / ۶۳

فصل نهم:

تصمیم‌گیری در زبان بدن / ۶۷

ترکیب حالت‌های زبان بدن / ۶۹

تنبیه خود با زبان بدن / ۶۹

انواع حالت‌های دست / ۷۱

دست‌های تا شده

حالت دست به سینه استاندارد

دست‌های تا شده با مشت‌های گره کرده

دست‌های تا شده به‌همراه گرفتن بازوها

مرتب‌بندی اجتماعی افراد و ارتباط آن با دست‌های تا شده

تا شدگی جزئی دست‌ها

فریب با دست‌های تا شده

فصل دهم:

حالت پاها در زبان بدن / ۷۹

انواع مختلف از وضعیت پاها / ۷۹

پاهای تا شده استاندارد

پاهای تا شده آمریکایی

پاهای بر روی هم قرار گرفته شده در حالت ایستاده

برای صمیمی شدن چگونه از زبان بدن بهره ببریم / ۸۳

از کجا متوجه شویم فرد حالت دفاعی دارد / ۸۴

حالت نشستن مردانه با توجه به حالت پاها / ۸۵

حالت نشستن زنانه با توجه به حالت پاها / ۸۶

آیا افراد در حالت ناراحتی نیز احساس راحتی می‌کنند / ۸۶

حالت انحصاری پاها در خانم‌ها / ۸۷

فصل یازدهم:

سر در زبان بدن / ۸۹

افراد چگونه مخالفت خود را با روشی غیرکلامی ابراز می‌کنند / ۹۰

حالت‌های مختلف سر در زبان بدن / ۹۰

نابین و با عدم تأیید با سر

بیان موضع بی طرف با استفاده از حالت سر

بیان علاقه مندی با استفاده از حالت سر

بیان نگرش منفی با استفاده از حالت سر

حالت همه چیز دان به چه صورت است / ۹۲

دست به کمر یک حالت تهاجمی، آمادگی و یا هدفمند / ۹۲

باز یا بسته کردن دکمه‌های کت به چه معناست / ۹۶

بررسی موافقت در معامله با استفاده از زبان بدن / ۹۶

فصل دوازدهم:

حالت چشم‌ها در زبان بدن / ۹۹

انواع حالت‌های چشم / ۱۰۰

نگاه بدلی

نگاه اجتماعی

نگاه صمیمی و دوستانه

نگاه گستاخانه یا خیره

نگاه زیر چشمی

بستن چشم‌ها یا نگاه ازاردهنده

نگاه از نوک بینی

نگاه زیر دره بین

زدیدن نگاه

تعبیر نگاه‌ها در فرهنگ‌های مختلف / ۱۰۳

کنترل کردن نگاه / ۱۰۴

تأثیر زاویه و ناحیه نگاه در صحبت کردن / ۱۰۵

فصل سیزدهم:

نمایش اضطراب درونی / ۱۰۷

بیان حالت‌های مالکیت / ۱۱۰

بیان واقع‌نظر با گپی‌پردازی / ۱۱۲

بیان تواضع و یا عدم تواضع با استفاده از زبان بدن / ۱۱۳

درک احساس بی‌متعارف از طریق زبان بدن / ۱۱۴

نوع رابطه با استفاده از زاویه‌ها / ۱۱۵

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

زاویه

فصل چهاردهم:

حالت‌های مختلف نشستن / ۱۱۹

لحظه نشستن پشت میز و انتقال پیام / ۱۲۱

وضعیت همکاری

وضعیت گوشه میز

وضعیت رقابتی- دفاعی

وضعیت مستقل

نوع میز و تأثیر آن در زبان بدن / ۱۲۳

میز گرد یا میز غیر رسمی

میز مستطیلی

میز مربع یا میز رسمی

بررسی میزان قدرت افراد با زبان بدن در استفاده از صندلی / ۱۲۵

منابع / ۱۲۸