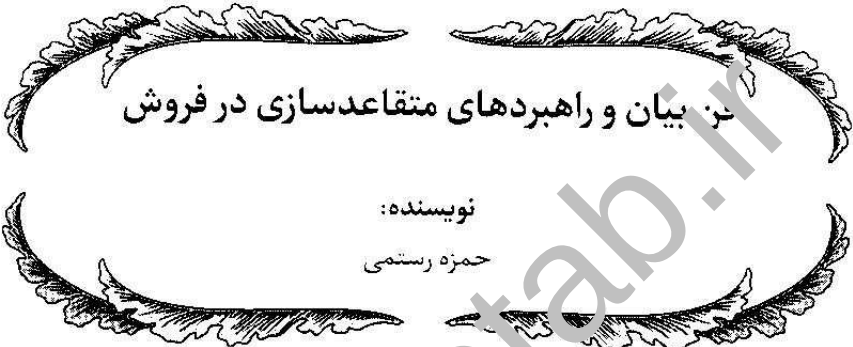




نظریات و راهبردهای متقاعدسازی در فروش

نویسنده:

حمزه رستمی

www.ketab.ir

سرشناسه: رستمی، حمزه، ۱۳۶۴-

عنوان و نام پدیدآور: فن بیان و راهبردهای متقاعدسازی

در فروش / نویسنده حمزه رستمی.

مشخصات نشر: تهران: سایلاو، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری: ۱۸۶ ص:، ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.

شابک: ۶-۲-۹۹۹۹۰-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

موضوع: مشتری شناسی-افناع (روان شناسی)

موضوع: Customer relations

موضوع: فروشندگی -- جنبه های روان شناسی-سخنوری

موضوع: Oratory--Psychological aspects -- Selling

موضوع: Persuasion (Psychology)

رده بندی: ۹۱۳۹۷ف۵/ر۵/۵۴۱۵ HF

رده بندی دیوب: ۱۲/۶۵۸

شماره کتابشناسی ملی: ۵۵۱۱۵۳۲

نیپا

عنوان: فن بیان و راهبردهای متقاعدسازی در فروش

نویسنده: حمزه رستمی

انتشارات: سایلاو

سال چاپ: ۱۳۹۷

تیراژ: ۳۰۰ جلد

قیمت: ۲۹۰۰۰ تومان

نوبت چاپ: اول

شابک: ۶-۲-۹۹۹۹۰-۶۰۰-۹۷۸

شناسنامه

۹	مقدمه
۱۱	فصل اول: چرا مردم محصول و خدمات ما را می‌خرند؟
۱۳	چرا مشتری محصول یا خدمات شما را می‌خرد؟
۱۵	مهم‌ترین کلمات در فروش
۲۱	۱۲ اصل یادگیری مادام‌العمر
۲۳	فصل دوم: گمشده در فروش
۲۶	چهار اصل برای متقاعدسازی
۲۹	فصل سوم: دایره متقاعدسازی
۳۰	ایجاد ارتباط و نگرش
۳۵	نکات مهم فصل ۳
۳۶	فصل چهارم: آیا ارتباط با شما شروع شد؟
۳۶	آیا از یک چرخ‌دستی حای می‌روشد؟
۳۷	آیا به راستی متعهد هستید؟
۴۱	نکات مهم فصل ۴
۴۲	فصل پنجم: آیا ارتباط مؤثر کافی ایجاد کرد؟ و در حفظ آن کوشیدید؟
۴۵	پیش‌داوری نکنید
۴۶	سه اصل ارتباط مؤثر
۶۰	نکات مهم فصل ۵
۶۱	فصل ششم: شناسایی نیازها
۶۷	۱۰ نکته مهم در فرایند فروش که باید به آن توجه کنیم
۷۲	برطرف کردن ترس مشتری
۷۵	مهارت‌های گوش دادن
۸۳	نکات مهم فصل ۶
۸۴	فصل هفتم: سوالات اکتشافی

۸۵.....	چهار سؤال اکتشافی
۹۰.....	نکات مهم فصل ۷
۹۱.....	فصل هشتم: کاستن از مقاومت خریدار در زمان معرفی کالا
۹۱.....	ارائه کالا یعنی چه؟
۹۲.....	مهارت‌های معرفی کالا
۱۰۳.....	تأثیر متقاعدسازی
۱۰۸.....	نکات مهم فصل ۸
۱۰۹.....	فصل نهم: سرانجام پایان جلسه
۱۱۰.....	اهمیت لحظه قطع کردن فروش
۱۱۹.....	نکات مهم فصل ۹
۱۲۰.....	فصل دهم: برقرار مجدد ارتباط مؤثر
۱۲۰.....	دایره درونی
۱۲۳.....	ایجاد مجدد ارتباط مؤثر
۱۲۷.....	نکات مهم فصل ۱۰
۱۲۸.....	فصل یازدهم: شناسایی سؤال‌ها
۱۳۹.....	نکات مهم فصل ۱۱
۱۴۰.....	فصل دوازدهم: جواب دادن
۱۴۳.....	نکات مهم فصل ۱۲
۱۴۴.....	فصل سیزدهم: لحظه مهم درخواست فروش
۱۴۷.....	تقاضای مستقیم برای فروش چند کار انجام می‌دهد:
۱۵۰.....	نکات مهم فصل ۱۳
۱۵۱.....	فصل چهاردهم: آماده شدن برای درخواست مذاکره
۱۵۳.....	چهار مرحله تدارک
۱۵۳.....	نقطه شروع خود را بدانید
۱۵۵.....	نقطه پایان خود را بشناسید
۱۶۰.....	نکات مهم فصل ۱۴

فصل پانزدهم: چگونه با خریداران مذاکره کنیم	۱۶۱
مهم‌ترین اشتباه در مذاکره	۱۶۱
پایان دادن به مذاکره	۱۶۸
نکات مهم فصل ۱۵	۱۶۹
فصل شانزدهم: وقتی خریدار جواب مثبت می‌دهد	۱۷۱
نکات مهم فصل ۱۶	۱۷۵
فصل هفدهم: در اندیشه مشتریان جدید باشید	۱۷۶
برقراری ارتباط مؤثر و معرفی به خریداران جدید	۱۷۸
نکات مهم فصل ۱۷	۱۸۵
سخن پایانی	۱۸۶

مقدمه

اول از همه باید به شما تبریک بگویم! چون برای خودتان و کسب و کارتان ارزش قائل شدید و تواین دوره و زمانه‌ای که بیشتر آدم‌ها در برابر سختی‌ها و مشکلات در کسب و کارشان فقط غر می‌زنند و گله و شکایت می‌کنند و کار به جگام نمی‌دهند، شما خواننده عزیز این کتاب را تهیه کرده‌اید، از شما سپاسگذارم.

خوب حالا که اولین قدم را برداشته‌اید قبل از شروع می‌خواهم داستانی را که در یکی از سخنرانی‌هایم اتفاق افتاده را خدمت شما عرض کنم.

در یکی از سخنرانی‌های حوتم که در دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران برگزار شد که قانون ۲۰-۸۰ را برای حضار توضیح می‌دادم و از حضار پرسیدم که چند نفر از شما با قانون ۲۰-۸۰ آشنایی دارید که از ۳۵ نفری که حضور داشتند چیزی حدود ۱۰ نفر با بالا بردن دست‌شان اعلام کردند که اطلاع دارند و دوباره از آن‌ها سؤال کردم که حالا چند نفر از شما قانون ۲۰-۸۰ را در کسب و کار و زندگی‌شان استفاده می‌کنید که تقریباً حدود ۱۰ یا ۱۵ نفر دست‌شان بالا بردند که این نشان دهنده این است که صرفاً با دانستن چیزی قرار نیست زندگی‌مان تغییر می‌کند بلکه با عمل و اقدام کردن به دانسته‌هایمان هست که زندگی‌مان تغییر می‌کند که البته اولین قدم دانستن است.

خواننده عزیز این اطمینان را به شما می‌دهم در صورتی که اصول و تکنیک‌های این کتاب را با دقت مطالعه کنید و پاسخ‌های مناسب برای هر اعتراض یا سؤال مشتری را متناسب با هر کسب و کارتان آماده کنید و با اشتیاق فراوان و با لحن مناسب در جای درست از آن استفاده

کنید، هیچ اعتراضی از طرف مشتری نیست که بتواند مانع فروش شما شود. ممکن است مشتریان در یک جلسه ملاقات چندین اعتراض را با هم مطرح کنند یا در برابر پرسش‌هایی که مطرح می‌کنید پاسخی خارج از انتظار شما بدهند تا به این وسیله ذهن شما را به انحراف بکشند و شما را گمراه کنند. در چنین شرایطی ضمن حفظ خونسردی پاسخی را به مشتری بدهید که به کمک آن بتواند دوباره ادامه دایره فرایند فروش را به دست بگیرد.