

فروش تلفنی

به زبان آدمیزاد

نثر درک زلر

ترجمه‌ی مهر فری زاده



هیرمند

فروش تلفنی به زبان آدمیزاد

درک زلر

(کسب و کار)



Telephone Sales for Dummies

Dirk Zeller

مترجم: گوهر فری زاده

بابت اول: ۱۳۹۱

زیرا: مهراں موسوی

طراحی: هیرمند

طراحی جلد: هیرمند

لیتوگراف: کانو

چاپ و صفحه‌بندی: کانو

تیراژ: ۱۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

ISBN: 978-964-408-334-1

تمام حقوق محفوظ است. هیچ بخش از این کتاب، بدون اجازه‌ی مکتوب ناشر، قابل تکثیر یا تولید مجدد به هیچ شکلی نیست. حق چاپ، فتوکپی، انتشار الکترونیکی، فیلم و صدا نیست. این اثر تحت حمایت قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان ایران قرار دارد.

مرکز بخش: هیرمند - ۶۶۹۵۳۰۷۶/ تهران - صندوق پستی ۱۴۱۴۵۹

www.hirmandpublication.com

سرشناسه	زلر، درک
عنوان و نام پدیدآور	Zeller, Dirk
موسوی	فروش تلفنی به زبان آدمیزاد/ اثر درک زلر؛ ترجمه‌ی گوهر فری زاده؛ ویراستار
مشخصات نشر	تهران: نشر هیرمند، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	۳۴۴ ص
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۴۰۸-۳۳۴-۱
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	عنوان اصلی: Telephone sales for dummies, c2008.
موضوع	فروش تلفنی
شایبه افزوده	فری زاده، گوهر، ۱۳۵۴ - مترجم
رده بندی کنگره	۱۳۹۳ HF۵۴۳۸/۳۸۴۴
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۴
شماره کتابشناسی ملی	۳۴۷۲۲۰۸

درباره‌ی نویسنده

درک زلر فعالیت حرفه‌ای خود را تقریباً از چهل سال پیش با فروش لیموناد در دهکده لیمونادفروشی و نیز فروش روزنامه و تحویل در خانه‌ی مشتریان شروع کرد. درک به هر حوزه‌ی فروشی که وارد شده - از جمله تبلیغات فروش تجارت به تجارت، بازاریابی، و ضمانت پشتیبانی مالی مربوط به حوزه‌های فروشی که مستقیماً در ارتباط با مشتری‌اند (مثل مشاوران املاک) - فروشنده‌ی برجسته‌ای شناخته شده است.

او در سال ۱۹۹۸ با تأسیس شرکت قهرمانان فروش یا نخستین آموزشگاه مربی‌گری حرفه‌ی فروش با مشتریانی از سرتاسر جهان، موفقیت فروش خود را با کسب درآمد تجاری چشمگیری تغییر رویه‌ی زندگی‌اش همراه کرد. زلر دست به اجرای برنامه‌های بنیادی از جمله فروش سرپرستی، فروش به‌شیوه‌ای که مشتری می‌خواهد بخرد و فروشنده‌ی قهرمانان، برنامه‌ها و سایر برنامه‌های مشابه آن، زندگی صدها هزار فروشنده را در کل جهان تغییر داده است.

آثار بسیاری از او درباره‌ی موفقیت، زندگی متعادل، آموزش فروش، رشد نیروی فروش و رشد تجاری در حوزه‌ی فروش به چاپ رسیده و او بیش از سیصد مقاله‌ی منتشرشده در کارنامه‌ی افتخارات خود دارد و خبرنگارهای فروش هفتگی او را بیش از ۳۵۰ هزار فروشنده و مدیر فروش هر هفته می‌خوانند.

وی یکی از پرفرودارترین سخنرانان در زمینه‌ی فروش است و برای صدها هزار فروشنده و مدیر فروش در سطح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی سخنرانی کرده است. در ضمن نویسنده‌ی پنج کتاب از پرفروش‌ترین کتاب‌ها در حوزه‌ی فروش است. کتاب موفقیت به‌عنوان یک مشاور املاک به زبان آدمیزاد زیاده‌ناست که به همت انتشارات ویلی در امریکا چاپ شده است.

درک، به‌رغم تمام موفقیت‌هایش، علاقه و تعهدش به خانواده هنوز به این اولویت زندگی‌اش است. هجده سال از زندگی مشترک او و همسرش می‌گذرد و آن‌ها به همراه کودکانشان - سلی پنج‌ساله و دختر دوساله‌شان، آنابلا - زندگی می‌کنند. با مراجعه به آدرس اینترنتی Info@SalesChampions.com می‌توانید با او تماس بگیرید.

فهرست کوتاه

۲۱	مقدمه
۲۹	بخش ۱: برداشتن گوشی تلفن به قصد فروش تلفنی
۳۱	تمام تماس‌های فروشتان را حرفه‌ای انجام دهید
۴۱	هر یک حرفه‌ای، در فروش تلفنی پیشرفت کنید
۵۵	به استقبال دنیای جدید بروید: قوانین مربوط به سرزمین فروش
۶۷	بخش ۲: آمیزش زیربنای موفقیت در فروش تلفنی
۶۹	انجام تکالیف به منظور برقراری تماس‌های تلفنی بیش از حد
۸۹	جست‌وجوی راهنمای به سوی موفقیت
۱۰۵	غلبه بر بیزاری از تلفن‌های فروش
۱۱۵	سرمایه‌گذاری زمان به‌طور عادلانه
۱۳۹	بخش ۳: شما تلفن می‌کنید!
۱۴۱	پشت سر گذاشتن نگرانی
۱۵۵	شروع کردن تلفن فروشتان به آسانی
۱۷۵	پاسخ‌ها را کنار بگذارید و به سؤالات بپردازید
۱۹۳	هنر ماهرانه گوش دادن و سکوت کردن
۲۰۵	اجرای قدرتمند ارائه‌ی فروشتان
۲۱۹	بخش ۴: به دنبال بستن قرارداد رفتن
۲۲۱	غلبه بر موانع
۲۳۵	سازماندهی بستن قرارداد فروشی موفق
۲۵۱	حرکت کردن به جلو، زمانی که فروش نکرده‌اید
۲۶۱	بخش ۵: افزایش دادن فروشتان
۲۶۳	منفجر کردن درآمدها از طریق فروش رفتاری
۲۷۹	فروش به شیوه‌ای که مشتری‌تان می‌خواهد خرید کند

۲۹۹ برای موفق شدن، با انگیزه باقی بمانید

۳۲۳ بخش ۶: ده تایی ها

۳۲۵ ده (یا در همین حدود) روش برای حرفه‌ای به نظر آمدن از پشت تلفن

۳۳۱ حذف کردن ده عبارت از فرهنگ واژگانتان

۳۳۷ ده راهکار (یا چیزی در همین حدود) که موفقیت فروش تلفنی‌تان را تضمین می‌کند

www.ketab.ir

فهرست تفصیلی

۷	درباره‌ی نویسنده
۲۱	مقدمه
۲۲	درباره‌ی این کتاب
۲۲	قواعد به‌کاررفته در این کتاب
۲۳	آنچه قرار نیست شما بخوانید
۲۳	رضیات بدیهی
۲۴	چگونگی سازماندهی کتاب
۲۴	بخش ۱: برداشتن گوشی تلفن به‌قصد فروش تلفنی
۲۴	بخش ۲: بازی زیربنایی برای موفقیت در فروش تلفنی
۲۵	بخش ۳: شما تماس تلفنی برقرار می‌کنید
۲۵	بخش ۴: به یمن فریاد نزدیک شوید
۲۵	بخش ۵: ستارگان از راهید
۲۶	بخش ۶: ده
۲۶	علایم به‌کاررفته در این کتاب
۲۷	از این‌جا قرار است به کجا برویم؟
۲۹	بخش ۱: برداشتن گوشی تلفن به‌قصد فروش تلفنی
۳۱	فصل ۱: تمام تماس‌های فروشتان را حرفه‌ای بگیرید
۳۲	دو شاخه‌ی سیم تلفن را به‌قصد فروش تلفنی به‌کار ببرید
۳۲	آیا شما فرد مناسبی برای شغل فروشندگی تلفن هستید؟
۳۳	از قوانین تلفن نکنید پیروی کنید
۳۳	بیش به‌سوی فروش‌های تلفنی موفق
۳۴	به‌منظور موفقیت در فروش تلفنی، از مطالعه غافل نشوید
۳۴	در پی هوشمندانه‌تر انجام دادن کار باشید، نه فقط سخت کار کردن
۳۵	غلبه بر بیزاری از فروش
۳۵	بیشترین بهره را از زمانتان ببرید
۳۶	تلفن کنید
۳۶	دست‌رسی به فرد مناسب
۳۷	شروع فعالیت
۳۷	در ابتدا سؤال نکنید
۳۸	به این گوش کنید
۳۸	تحویل و معرفی فوری کالاها و خدمات
۳۹	یکسره کردن معامله
۳۹	انجام معامله به‌رغم وجود موانع
۳۹	جواب مثبت گرفتن
۴۰	توجه به جنبه‌ی روشن فروش نکردن
۴۰	بالتکیزه باقی ماندن
۴۱	فصل ۲: همانند یک حرفه‌ای، در فروش تلفنی پیشرفت کنید

- ۴۲..... برای موفقیت در فروش تلفنی، به چه چیزهایی نیاز دارید؟
- ۴۲..... تسلط بر ابزار مقدماتی، یعنی کلمات.....
- ۴۳..... با داشتن چند ویژگی شخصیتی ضروری، تبدیل به یک ستاره‌ی فروش شوید.....
- ۴۴..... ارزیابی مهارت‌هایی که متناسب با یک فروشنده‌ی حرفه‌ای است.....
- ۴۵..... دستیابی به اهدافتان به کمک چهار احتمال مربوط به موفقیت.....
- ۴۶..... شناسایی این چهار احتمال.....
- ۴۸..... اولویت‌بندی چهار احتمال به‌منظور حداکثر کردن موفقیت.....
- ۴۹..... پراختن به یک احتمال در یک زمان.....
- ۵۰..... کدام‌یک از این احتمالات نقطه‌ی خفه یا محدودکننده‌ی کار شما هستند؟.....
- ۵۰..... افزایش دادن تعداد تماس‌هایتان.....
- ۵۱..... استفاده از تلفن به‌شیوه‌ای مؤثر به‌عنوان روش برقراری تماس با مشتری.....
- ۵۲..... تلاش کردن درآمدهای خود را از طریق واجد صلاحیت کردن مشتری‌هایتان.....
- ۵۳..... نبود بخشیدن به کیفیت پیامتان: دو نظریه‌ی مهم.....
- ۵۵..... تماس به اوقات نامناسب: قوانین مربوط به سرزمین فروش.....
- ۵۶..... درگیر شدن با این قوانین.....
- ۵۶..... دریافت آزار یا بی‌احترامی.....
- ۵۷..... برخورد مناسب با این قوانین.....
- ۵۸..... ایجاد یک تصویر مثبت از خودتان.....
- ۵۹..... هنگامی که مشتری با شما تماس تلفنی قانونی ما ناراحت می‌شوند، چه کنیم.....
- ۵۹..... پیوستن به قوانین با این روش.....
- ۵۹..... انجام بیشترین کاری که در دسترس شماست.....
- ۶۳..... آگاهی از آنچه نمی‌توانید انجام دهید.....
- ۶۵..... مواجه شدن با آینده‌ی فروش تلفنی: سه گام.....
- ۶۵..... مرور پایگاه داده‌ای‌تان.....
- ۶۶..... با هر فردی به‌طور منظم تماس بگیرید.....
- ۶۶..... همواره در پی یافتن شغل باشید.....

بخش ۲: پی‌ریزی زیربنای موفقیت در فروش تلفنی..... ۶۷

- فصل ۴: انجام تکالیفتان به‌منظور برقراری تماس‌های تلفنی..... ۶۹
- تمرکز کردن بر اهدافتان: به چه چیزی می‌خواهید برسید؟..... ۷۰
- تشخیص و برآورد اهداف مهم..... ۷۰
- مرور چرخه‌ی فروش..... ۷۱
- آماده شدن برای انجام وظایف روزانه..... ۷۳
- درباره‌ی مشتریان‌تان مطالعه کنید..... ۷۵
- درباره‌ی شرکت حسابی تحقیق کنید..... ۷۶
- گذراندن دوره‌ی تحقیق سریع سه‌کلیکی..... ۷۶
- نقش یک مشتری را بازی کنید..... ۷۸
- «یک بروشور برای من بفرستید»..... ۷۸
- سهامی از شرکت مزبور خریداری کنید..... ۷۹
- آماده کردن یک نوشته‌ی فوری..... ۷۹
- از خط‌مشی شرکت پیروی کنید..... ۸۰
- القای یک نوشته‌ی خوب..... ۸۱

۸۲	تمرین کردن یک ارائه‌ی جذاب
۸۵	خصوصی کردن نوشته
۸۹	فصل ۵: جست‌وجوی راه‌تان به‌سوی موفقیت
۹۰	درک درست این موضوع که جویندگی شامل چه کارهایی می‌شود و چه کارهایی را در بر نمی‌گیرد
۹۲	جویندگی: سنگ زیربنای تجارت شما
۹۲	تنظیم و دستیابی به اهداف
۹۳	ساختن چهار ستون جویندگی
۹۸	درک ارتباط بین اعداد و درآمد
۹۸	مهار قدرت مربوط به نسبت‌های فروش
۱۰۰	هر چیزی را پیگیری و یادداشت کنید
۱۰۱	قانون انباشت را فعال کنید
۱۰۲	بیت‌بیت کردن چیست؟ رد کردن این افسانه
۱۰۲	تألیف این تحقیق که جویندگی هرگز حذف نمی‌شود
۱۰۳	نشانه‌های موفقیت در انواع فروش
۱۰۴	خودتان را متعهد کنید و وظیفه‌ی جویندگی بی‌پایان کنید
۱۰۵	فصل ۶: غلبه بر بیزاری از تکن‌های فروش
۱۰۶	شناخت بیزاری از تماس فروش
۱۰۷	دارویی خوب: درمان بیزاری ذهنی
۱۰۷	کاهش دادن بیزاری در زندگی
۱۱۰	استراتژی ارزیابی کردن همه‌چیز
۱۱۱	استراتژی تنظیم اهداف روزانه
۱۱۱	استراتژی منع صحبت منفی با خود
۱۱۲	استراتژی تصویرسازی تلفنی بی‌نقص
۱۱۳	استراتژی ده‌دقیقه‌ای
۱۱۵	فصل ۷: سرمایه‌گذاری زمان به‌طور عادلانه
۱۱۶	با اصل ۸۰/۲۰ آشنا شوید
۱۱۷	تعیین این که زمانتان در حال حاضر صرف چه کارهایی می‌شود
۱۱۹	شناسایی کارهایی که از بیشترین اهمیت برخوردارند
۱۲۰	زمان را به دوست خود تبدیل کنید
۱۲۱	تفکیک فعالیت‌هایی با بیشترین بازده از سایر فعالیت‌ها
۱۲۱	هدف گرفتن کارهای مستقیماً درآمدزا
۱۲۱	بررسی سایر کارهای ضروری (اما وقت‌گیر)
۱۲۳	زمان‌بندی: شیوه‌ی زندگی فروشندگان موفق
۱۲۶	برنامه‌ریزی مهم‌ترین زمان شخصی
۱۲۶	در هفته روزهایی را تعطیل کنید
۱۲۶	برای بعدازظهرهایتان نیز برنامه بریزید
۱۲۶	برای تمام زمان‌های شخصی دیگران برنامه‌ریزی کنید
۱۲۷	فعالیت‌های مستقیماً درآمدزا را برنامه‌ریزی کنید
۱۲۷	قرار ملاقات‌ها را به برنامه‌تان بیفزایید
۱۲۸	زمانی را به پاسخگویی به تلفن‌ها اختصاص دهید
۱۲۸	کارهای مستقیماً حمایت‌کننده از تولید موجود را برنامه‌ریزی کنید

۱۲۸	تخصیص زمانی برای کارمندان
۱۲۹	فوریت‌ها را مدنظر قرار دهید
۱۲۹	قرار دادن لیست‌های شلوغ در «همین حالا» به جای «بعداً»
۱۳۱	با بهره‌گیری از تکنیک‌های مدیریت زمان، هر روزتان را با نمره‌ی عالی بیست بسازید
۱۳۱	مدیریت عوامل مزاحم و وقفه‌ها
۱۳۲	مدت زمان تلفن‌هایتان را به‌روشی مطلوب کوتاه‌تر کنید
۱۳۳	فردا را از همین امروز خلق کنید
۱۳۴	مطابق فصل برنامه‌ریزی کنید
۱۳۴	استفاده از اتومبیل‌تان به‌عنوان کلاس درس
۱۳۵	تنبلی را از خودتان دور کنید
۱۳۶	به تلفن کردن ادامه دهید، حتی زمانی که هیچ امیدی ندارید
۱۳۶	دادن جایزه به خودتان برای انجام کارها در فوریت
۱۳۹	بخش ۳: شش تلفن می‌کنید!
۱۴۱	فصل ۳: شش تلفن می‌کنید! نگه‌بانی
۱۴۲	برخی از روش‌ها به نوع گه‌بانی
۱۴۲	معرفان ادار
۱۴۲	مدیر رده‌متوب
۱۴۳	شیاد بانفو
۱۴۴	از کمک دربان به‌عنوان طرف وارد می‌روند و می‌مانند
۱۴۴	از اولین تماس‌تان این‌طور به
۱۴۶	جست‌وجوی اطلاعات
۱۴۷	درخواست کمک کنید
۱۴۷	عذر و بهانه آوردن
۱۴۸	پرهیز از منحرف شدن از موضوع اصلی
۱۴۸	بروشتان را برای ما بفرستید
۱۴۹	«آقای تصمیم‌گیرنده الان برشان شلوغ است؛ می‌توانید ایشان را به دست ایشان برسانم؟»
۱۵۰	دربان دیگر: استفاده از پیام صوتی به‌نفع خودتان
۱۵۱	پیروی از پنج گام برای ساخت پیامی قدرتمند
۱۵۳	تنظیم محدودیتی شش تلفنی
۱۵۵	فصل ۹: شروع کردن تلفن فروشتان به آسانی
۱۵۶	زندگی کردن با قانون هفت ثانیه‌ای
۱۵۶	هرگز موردی را از قبل فرض نگیرید
۱۵۷	صدایتان را به موزیکی گوش‌نواز برای مشتری تبدیل سازید
۱۵۸	نوشتن جمله‌ای آغازکننده
۱۵۸	در نظر گرفتن شش جنبه‌ی مهم برای جمله‌ی آغازکننده
۱۶۲	خدمت کردن به مشتری
۱۶۳	گنجاندن همه‌ی موارد در آن جمله
۱۶۵	ارائه‌ی جمله‌ای آغازکننده برای گفت‌وگو
۱۶۵	تمرین کردن برای چیزی واقعی
۱۶۷	اندازه‌گیری بازده‌تان
۱۶۸	تن ندادن به گفتن جملات آغازکننده‌ی مدح بدتر از دم

- دعوت کردن پاسخ‌های منفی ۱۶۹
- نشان دادن خودتان به صورت موجودی کثافت ۱۶۹
- از گفتن «حال شما امروز چطور است» خودداری کنید ۱۷۰
- ساخت متن بالابرتان ۱۷۱
- تأکید بر نکات مثبت ۱۷۲
- فراتر از عنوانتان عمل کنید ۱۷۲
- متن خودتان را جداگانه تنظیم کنید ۱۷۲
- فصل ۱۰: اسخ‌ها را کنار بگذارید و به سؤالات بپردازید ۱۷۵
- چک اهمیت سؤال کردن ۱۷۶
- جلب اعتماد کردن از طریق طرح پرسش ۱۷۷
- برای سؤال کردن از مشتری، از او اجازه بگیرید ۱۷۸
- مدیریت کردن مشتری از راه سؤال کردن از او ۱۷۸
- تجرباتی که مشتری راحت حرف خود را با شما در میان بگذارد ۱۷۹
- تجرباتی را که سرکار خانم ۱۸۰
- چک کردن DNA تری ۱۸۱
- آشکار کردن هدف بی‌هدف ۱۸۱
- کار کردن بر اساس بازی ۱۸۲
- برآورد توان مالی مشتری ۱۸۳
- اندازه‌گیری سطح اختیار ۱۸۴
- با بیشتر سؤال کردن، مرحله‌ی صاف‌تر کردن مشتری را پشت سر بگذارید ۱۸۵
- دور زدن مشکلات ۱۸۵
- بررسی نیت افراد از خرید ۱۸۶
- چطور نتایج بهتری کسب کنیم؟ ۱۸۸
- هدفشان را بدانید ۱۸۸
- تمرکزتان را محدودتر کنید ۱۸۸
- از قوه‌ی تخیلتان بهره بگیرید ۱۸۹
- تمرکز بر فواید قبل از ویژگی‌ها ۱۹۰
- به مشتری حق انتخاب بدهید ۱۹۰
- از درگیر شدن در سؤالات انحرافی پرهیز کنید ۱۹۰
- شبیه یک تحقیق به نظر آمدن ۱۹۱
- طرح سؤالات مهم و بی‌اساس (GIGO) ۱۹۱
- پرهیز از ارائه‌ای عجولانه ۱۹۱
- فصل ۱۱: هنر ماهرانه گوش دادن و سکوت کردن ۱۹۳
- لذت‌بخش کردن مهارت‌های شنیداری‌تان ۱۹۴
- سه رمز گوش دادن مؤثر ۱۹۴
- پی بردن به علایم غیرشفاهی ۱۹۸
- سه اشتباهی که مرحله‌ی گوش دادن را با مشکل مواجه می‌کند ۱۹۹
- با سکوت اختیار کردن، مشتری را به حرف زدن ترغیب کنید ۲۰۱
- استفاده از وقفه به نفع خودتان ۲۰۱
- متوجه جان کلام شوید ۲۰۳
- فصل ۱۲: اجرای قدرتمند ارائه‌ی فروشتان ۲۰۵

۲۰۵	چارچوب‌های ارائه‌ای قدرتمند
۲۰۶	کارتان را با یک مشتری واجد صلاحیت شروع کنید
۲۰۶	به مشتری امکان دهید از وقایع پیش رو اطلاع داشته باشد
۲۰۷	برای مشتری ارزش را بیفزایید
۲۰۷	حل مشکلات مشتری
۲۰۸	حرفتان را مختصر و مفید بیان کنید
۲۰۹	اعتبارتان را خلق کنید
۲۱۰	ارائه‌تان را بسازید
۲۱۰	حرکت به سمت فروشی یک مرحله‌ای
۲۱۲	حالا و بعداً: مدل ارائه‌ی دوم مرحله‌ای
۲۱۵	ارائه تحولی موفق
۲۱۵	مدل فروش اوضاع
۲۱۶	تسلیم دادن ایمانتان به کالا یا خدمات‌تان
۲۱۶	برازش و بیان
۲۱۷	اعتبار به نفس را به نمایش بگذارید
۲۱۷	جستارانه: بابت به سازید
۲۱۹	بخش ۴: به دنبال بستن قرارداد رفتن
۲۲۱	فصل ۱۳: غلبه بر موانع
۲۲۲	شناسایی موانع به صورتی که واقعاً وجود دارد
۲۲۲	نگاهی به موانع متداول
۲۲۳	هزینه
۲۲۴	زمان‌بندی یا تحویل
۲۲۵	آمادگی برای موانع
۲۲۵	تمرین کردن پاسخ‌ها در مواجهه با مقاومت
۲۲۵	اشکار کردن موانع قبل از ارائه‌تان
۲۲۷	به تمویق انداختن موانع تا انتهای گفت‌وگو
۲۲۸	پرداختن به موانع در سه گام ساده
۲۲۸	مرحله‌ی اول: وقفه
۲۲۹	مرحله‌ی دوم: تأیید
۲۲۹	مرحله‌ی سوم: بررسی
۲۳۱	مرحله‌ی چهارم: جداسازی
۲۳۲	مرحله‌ی پنجم: پاسخگویی
۲۳۲	مرحله‌ی ششم: بستن قرارداد
۲۳۵	فصل ۱۴: سازماندهی بستن قرارداد فروشی موفق
۲۳۵	فهم نکته‌های لازم و ضروری برای بستن قرارداد
۲۳۶	بستن قرارداد چیزی بیش از صرفاً رسیدن به مقصد نهایی است
۲۳۷	درک آیه‌ای از انجیل درباره‌ی بستن
۲۳۸	خواندن علایم و استفاده از یک نمونه بستن قرارداد آزمایشی
۲۳۹	دست‌وپنجه نرم کردن با هراس از بستن قرارداد
۲۴۰	کاستن از تعداد موارد انصراف از قرارداد
۲۴۱	جوش دادن معامله: بستن زیب آن یا پاره کردنش

کشف کردن چگونگی بستن قرارداد: چهار مورد از بهترین استراتژی‌های بستن قرارداد..... ۲۴۲

پیشنهاد یک انتخاب جایگزین..... ۲۴۲

ساختن یک فرض..... ۲۴۴

تست رانندگی گرفتن از اتومبیلی که قصد خریدش را دارید..... ۲۴۵

همراه بودن با شبی تند..... ۲۴۶

تقویت فروش: پیگیری بعد از بستن قرارداد..... ۲۴۶

محافظت کردن از خودتان در برابر پشیمانی خریدار..... ۲۴۷

تماس باقی ماندن با مشتری..... ۲۴۸

اصل حرکت کردن به جلو، زمانی که فروش نکرده‌اید..... ۲۵۱

مراغ برنامه‌ی تجدید قوای هفت مرحله‌ای بروید..... ۲۵۲

مرحله اول: چراوری اطلاعات..... ۲۵۲

مرحله دوم: تماس ناامیدی‌تان را برای مشتری بیان کنید..... ۲۵۳

مرحله سوم: اگر شما نمی‌توانید حرف خوبی بزنید..... ۲۵۴

مرحله چهارم: گذاشتن گوشی تلفن، پنجره‌ای را باز کنید..... ۲۵۴

مرحله پنجم: تا یک یادداشت شخصی..... ۲۵۵

مرحله ششم: تحویل ارزش داده..... ۲۵۵

مرحله هفتم: قصد انجام دهید..... ۲۵۶

یافتن آغازهایی برای پیگیری..... ۲۵۶

بررسی از طریق بازبینی خدمت..... ۲۵۷

در جریان محصولات جدید با..... ۲۵۷

گسترش فراخوانی اجتماعی..... ۲۵۸

پرهیز از سه اشتباه نفروختن..... ۲۵۸

یکدفعه بیان کردن پاسخی فوری..... ۲۵۸

روی آوردن به شیوه‌ای سرد و بی‌روح..... ۲۵۹

ضربه زدن به رقیب..... ۲۵۹

بخش ۵: افزایش دادن فروشتان..... ۲۶۱

فصل ۱۶: منفجر کردن درآمدها از طریق فروش رفتاری..... ۲۶۳

به دست آوردن اطلاعاتی درباره‌ی DISC..... ۲۶۳

حرف «م» را برای افراد مسلط به کار می‌بریم..... ۲۶۵

چه چیزی رفتاری تسلط گرایانه را می‌سازد؟..... ۲۶۶

فردی با رفتار مسلط چطور دست به عمل می‌زند؟..... ۲۶۶

نقطه ضعف افراد مسلط چیست؟..... ۲۶۷

حرف «ت» برای افراد تأثیر گذار..... ۲۶۸

دانستن این که «ت»ها به چه چیزی تمایل دارند..... ۲۶۸

شناسایی یک فرد اثرگذار در عمل..... ۲۶۹

شناسایی مقدار زیادی از یک چیز خوب..... ۲۶۹

حرف «پ» را برای افراد پایدار به کار می‌بریم..... ۲۷۰

به دقت مشخص کردن این که یک فرد پایدار چگونه شروع به کار می‌کند..... ۲۷۰

شناسایی یک فرد پایدار..... ۲۷۱

حرف «م» را برای افراد مطیع و پذیرا به کار می‌بریم..... ۲۷۲

چه عاملی فردی پذیرنده را به حرکت وامی‌دارد؟..... ۲۷۳

- ۲۷۳..... چه عاملی فردی پذیرنده را به حرکت وامی دارد؟
- ۲۷۳..... افراد بسیار پذیرنده چطور دست به عمل می‌زنند؟
- ۲۷۴..... زمانی که افراد پذیرنده به افرادی غیر پذیرنده تبدیل می‌شوند.....
- ۲۷۵..... سر درآوردن از شیوهی DISC خودتان.....
- ۲۷۵..... خودتان را بشناسید؛ از خودتان آزمون رفتاری بگیرید.....
- ۲۷۶..... واکنش نشان دادن از خود تحت شرایط دشوار.....
- ۲۷۶..... تشخیص شیوهی رفتاری ثانویه‌تان.....
- فصل ۱۷: فروش به شیوه‌ای که مشتری‌تان می‌خواهد خرید کند..... ۲۷۹
- ۲۸۰..... درک قدرت فروش رفتاری‌تان.....
- ۲۸۲..... تشخیص شیوهی رفتاری افراد از پشت تلفن.....
- ۲۸۳..... هم‌گام با مشتری‌تان پیش بروید.....
- ۲۸۴..... آهنگ صدا تنظیم کنید.....
- ۲۸۵..... نوشتن را به لغات رمزی بدهید.....
- ۲۸۶..... دگرگونی حالات پیش رو.....
- ۲۸۷..... اصل یک‌امارت برویم سر اصل مطلب.....
- ۲۸۷..... افراد اثبات‌گرا: دست کسب شهرت.....
- ۲۸۸..... افراد پایدار: با گفتن به آنان پرهیز کنید.....
- ۲۸۸..... افراد پذیرنده کار: این نقشه.....
- ۲۸۹..... هدایت فروشتان با نیروهای ساز.....
- ۲۹۰..... انگیزه دادن به مشتری‌تان برای خرید.....
- ۲۹۲..... برگشتن از مسیر اشتباه.....
- ۲۹۵..... بستن قرارداتان را سفارشی کنید.....
- فصل ۱۸: برای موفق شدن، با انگیزه باقی بمانید..... ۲۹۹
- ۲۹۹..... محکم به انگیزه‌تان بچسبید.....
- ۳۰۰..... درک این‌که چرا برای با انگیزه باقی ماندن ضرورت دارد.....
- ۳۰۳..... از بدبختان مراقبت کنید.....
- ۳۰۳..... هیجانات‌تان را مهار شده نگه دارید.....
- ۳۰۴..... زندگی کردن با انگیزه‌ی بالا.....
- ۳۰۴..... مهار کردن نگرشتان.....
- ۳۰۵..... محیط پیرامونتان را کنترل کنید.....
- ۳۰۶..... کمی پافشاری کنید.....
- ۳۰۷..... از نگرشتان حمایت کنید.....
- ۳۰۸..... در منطقه‌ی مخصوص قرار بگیرید؛ بازی‌تان را به مرحله‌ی بعد بکشانید.....
- ۳۰۸..... ایجاد روالی عادی و منظم پیش از انجام فعالیت.....
- ۳۰۹..... کشف کنید چطور به آرامش می‌رسید.....
- ۳۱۰..... مربی خودتان شوید.....
- ۳۱۱..... ضربه زدن به توپ‌های انحرافی: در مواقع عدم قطعیت سر جای خود باقی بمانید.....
- ۳۱۲..... آرام و خونسرد باشید؛ به دنبال ضربات با امتیاز باشید.....
- ۳۱۲..... به پیش روید؛ تا خانه‌ی چوب‌زن جلو بیایید.....
- ۳۱۳..... برداشتن یک گام به جلو: به بهانه‌ها حمله کنید.....
- ۳۱۴..... با یادگیری مادام‌العمر، در بازی باقی بمانید.....

- ۳۱۵ بررسی واقعیت
- ۳۱۶ ساختن بر پایه‌ی اطلاعات: آموزش
- ۳۱۶ مهارت‌های تان را عملی کنید: تمرین کنید
- ۳۱۷ خلق قهرمانان فروش: مربی گری

بخش ۶: ده تایی‌ها ۳۲۳

فصل ۱۹: ده (یا در همین حدود) روش برای حرفه‌ای به نظر آمدن از پشت تلفن ۳۲۵

- ۳۲۵ همیشه از یک هدفن استفاده کنید
- ۳۲۶ بایستید و گوش به زنگ باشید
- ۳۲۶ رانده تان چاشنی بزنید
- ۳۲۷ کمتر حرف بزنید... بیشتر گوش دهید
- ۳۲۷ بدنتان را آینه کنید
- ۳۲۸ هدایت را گرم کنید
- ۳۲۸ زمانی صرفه جویی کنید
- ۳۲۹ تلفن‌هایتان دست‌های شما نیستند
- ۳۲۹ صدای تماس شما را به خط و بر آن را بخش کنید

فصل ۲۰: حذف کردن ۳۳۱

- ۳۳۱ «آیا وقت دارید با هم صحبت کنیم»
- ۳۳۲ «من بروشوری برای شما فرستادم و شما هم بدانم به دست‌تان رسیده یا نه»
- ۳۳۲ «من برای شما یکی دیگر می‌فرستم»
- ۳۳۳ «شما یک می‌خواستید، این‌طور نیست»
- ۳۳۳ «اما...»
- ۳۳۴ «شما اشتباه می‌کنید»
- ۳۳۴ «ما همیشه با این سازمان مشکل داشته‌ایم»
- ۳۳۵ «من تلفن می‌کنم چون ما یک ... جدید داریم»
- ۳۳۵ «من به شما اطمینان می‌دهم زود به سر کارتان برگردید»
- ۳۳۶ «شما مخارج ... را بر عهده می‌گیرید» «شما به ... فکر می‌کنید»

فصل ۲۱: ده راهکار (یا چیزی در همین حدود) که موفقیت فروش تلفن را تضمین می‌کند ۳۳۷

- ۳۳۷ خلق یک محیط کاری مثبت
- ۳۳۸ روزتان را زمان‌بندی کنید
- ۳۳۸ نقش مرغ سحرخیز و جغد شب را با هم اجرا کنید
- ۳۳۹ به یک شاگرد مادام‌العمر تبدیل شوید
- ۳۴۰ برای هر تلفنی آماده باشید
- ۳۴۰ همواره در پی قبول مسئولیت باشید
- ۳۴۱ به لحظه‌ی آغاز احترام بگذارید
- ۳۴۱ هر تلفنی را مرور کنید
- ۳۴۲ بر تمام کردن کارتان پافشاری کنید

مقدمه

لا بد عبارت «فروشنده‌ی مادرزاد» تابه‌حال به گوش شما نیز خورده است. مردم معمولاً دوست دارند به کسانی که ظاهر آن‌ها به‌طور طبیعی به فروشنده‌گی می‌خورد این برچسب را بزنند. ممکن است در مرحله‌ای از زندگی‌تان به شما نیز گفته شده باشد «فروشنده به دنیا آمده‌اید. مثلاً در موارد زیر:

زمانی که شش‌ساله بودید و با گاری‌دستی بستنی‌فروشی خود، مردم را به خرید لایموناد ترغیب می‌کردید، مادرتان این عبارت را به شما گفت.

وقتی که برای پاداش فروش بخش اعظم شکلات‌ها برای بازار حبیبه‌ی پدر، پدریافت کردید، بچه‌ها این عبارت را به شما نسبت دادند.

✓ زمانی که عمو به‌دلیل صحبت کردن‌تان در کلاس از سطح ث به ب ارتقا یافت، معلم انگلیسی‌تان این عبارت را به شما گفت.

✓ هنگامی که با فروش خردپیرت‌ها و خرده‌ریزهای به‌دردنخور انباری خانه‌تان از شر آن‌ها خلاص شدید، همسرتان این عبارت را در مورد شما به کار برد.

اما چه آن ویژگی را قدرت ترغیب دیگران به خرید بنامید و چه هوش و درایت برای پیروزی در فروش، من در این کتاب بر آن‌ها به شما به‌روشنی توضیح دهم: مردم به‌طور مادرزاد فروشنده به دنیا نمی‌آیند. تجربه‌ی موفق حاصل مسئولیت‌پذیری، نظم و یادگیری بهترین و هوشمندانه‌ترین شیوه کسب درآمد از طریق چشم‌اندازهای تجاری خود هستند.

این را از من بخرید: من یکی مانده به آخرین فروشنده هستم. مطمئن باشید فروش اجناس و کالاها عشق و علاقه و راه موفقیت شغلی من است. فروش در این شایایی و حتی ارتقای اهداف مالی‌ام به من کمک زیادی کرده و امکان داده است بالارزش‌ترین رویاهای زندگی‌ام را کشف کنم. اما من به این شیوه شروع به کار نکردم.

هنگامی که من این حرفه را شروع کردم، جوان‌ترین و بی‌تجربه‌ترین فروشنده در محل کارم بودم. برخی افراد سعی کردند مرا متقاعد کنند شکست می‌خورم و نمی‌توانم آنچه را آن‌ها کسب کردند به دست آورم. اما من در چند ماه نخست کاری‌ام بیشتر کوشیدم. هر روز، برای این که میزان فروش خود را تا حد امکان بیشتر کنم، در زمان صبحانه،

ناهار و شام به تلفن کردن ادامه می‌دادم. و پس از گذشت چند ساعت، به مرور عملکرد خود می‌پرداختم و به مؤثرترین شیوه‌های فروش از طریق تلفن فکر می‌کردم.

ظرف چند ماه، عنوان بهترین فروشنده در کل بخش را کسب کردم. پیشرفت من ادامه داشت و من اولین یک میلیون دلار خود را در سی و دو سالگی و در اوج تجربه و پختگی به دست آوردم. در سال ۱۹۹۸، شرکت خصوصی خود را با نام قهرمانان فروش تأسیس کردم و در آن جا به دیگران کمک می‌کنم به فروشندگانی موفق تبدیل شوند و به اهداف حرفه‌ای و رؤیاهای زندگی خود دست یابند.

کتاب حاضر را به چند دلیل نوشتم. یکی از آن دلایل، هدایت و راهنمایی سایر افراد در دستیابی به بالاترین توانایی بالقوه‌شان به عنوان فروشندگان حرفه‌ای و نیز رسیدن به آرزوهایشان بود.

درباره‌ی این کتاب

این کتاب را برای عملی چگونگی کسب مهارت و دانش مورد نیاز برای حرفه‌ای شدن در فروش تلفنی به شما می‌نویسم. همچنین می‌توانید از آن در یادگیری تکنیک‌های مدیریت زمان، عادات سازماندهی و منظم، استراتژی‌های انگیزه‌بخش فردی و نگرش‌های مثبت مورد نیاز در ارتقای سطح کلی عملکرد خود بهره ببرید.

کتاب فروش تلفنی به زبان آدمیزاد تنها یک شیوه‌ی نظری نیست، بلکه یک راهنمای عملی و کاربری در فروش است. حاشیه‌ها، روندها و تکنیک‌های آزموده‌شده و همچنین مهارت‌ها و استراتژی‌های عملی استفاده و درست است.

در این کتاب، به منظور دسترسی آسان خواننده به اطلاعات مشخص و مورد جست‌وجوی او، تدابیری اتخاذ کرده‌ام. می‌توانید کتاب را از اول تا آخر به‌طور دقیق بخوانید یا این که فقط نکته‌های مورد نیازتان را مطالعه کنید و از خواندن مطالب دیگر چشم‌پوش کنید. یا می‌توانید کتاب را در دسترس‌ترین قرار دهید هر زمان به آن نیاز داشتید، همچون یک کتاب مرجع به آن مراجعه کنید. به مطالعه‌ی جدول مضامین، فهرست، بخش یا فصلی خاص یا مطالب حاشیه‌ای (مطالبی که در کادرهای نمایه‌زده و خاکستری تیره نوشته شده‌اند) بپردازید.

قواعد به کار رفته در این کتاب

به منظور استفاده‌ی آسان از کتاب، در سرتاسر آن قواعد زیر را رعایت کرده‌ام:

✓ برخی آدرس‌های اینترنتی با دو خط متنی از هم جدا می‌شوند. در چنین مواردی، به‌منظور نشان دادن محل جدایی هیچ خط تیره‌ای افزوده نمی‌شود. بنابراین، اگر دقیقاً همان چیزی را که می‌بینید تایپ کنید — یعنی تظاهر کنید که جدایی متنی وجود ندارد — می‌توانید به آدرس اینترنتی مد نظرتان وارد شوید.

✓ واژه‌ها و اصطلاحات جدید به‌صورت حروف ايرانيك نوشته می‌شوند و برای این که معنی آن‌ها آسان درک شود، با یک تعریف همراه می‌شوند. برای تأکید نیز هرازگاهی از حروف ايتاليك استفاده کرده‌ام.

✓ حروف بولد (سیاه) واژه‌های کلیدی فهرست و بخش‌های عملی از فهرست‌های شماره‌گذاری شده را نشان می‌دهند.

✓ برای افزایش موفقیت فروش خود، می‌توانید کتاب را واژه‌به‌واژه بخوانید یا به‌شماره‌های مهم آن را انتخاب و مطالعه کنید.

آپنه قرار نیست شما را بفرماند

من می‌دانم همه‌ی شما زندگی‌های پرمشغله‌ای دارید و می‌خواهید فقط اطلاعات مورد نیازتان را بخوانید. اگر به‌دنبال یک نسخه‌ی یادگیری سریع هستید، می‌توانید با خیال راحت از خواندن مطالب حاشیه‌ای صرف‌نظر کنید. مطالب حاشیه‌ای یا کادرهای خاکستری سایه‌دار شامل مثال‌ها یا مطالب اضافی برای درک بهتر موضوع هستند و به‌منظور غنی‌تر کردن مفاهیم و ارائه‌ی مثال‌های بیشتر به‌کار شده‌اند (موضوع را برای شما جذاب‌تر می‌کنند)، اما وجود آن‌ها برای درک‌های شما از مفاهیم ضروری نیست.

فرضیات بدیهی

هنگام نوشتن این کتاب، چند فرض درباره‌ی شما خواننده‌ی عزیز در ذهنم گنجاندم. فرض کردم شما این کتاب را به این دلیل انتخاب کرده‌اید که می‌خواهید مهارت‌های فروش تلفنی خود را بهبود بخشید. اما این‌طور فرض نکردم که شما فردی شاغل با عنوان فروشنده‌ی تلفنی هستید. شما ممکن است در یکی از مشاغل زیر مشغول کار باشید:

- ✓ مشاور املاک
- ✓ مشاور مالی شرکت

- ✓ نماینده‌ی بیمه
- ✓ حسابدار اجرایی یک محصول تجاری
- ✓ داوطلب جمع‌آوری اعانه به صورت تلفنی
- ✓ فروشنده‌ی تلفنی
- ✓ سرویس‌دهنده‌ی حرفه‌ای به مشتریان
- ✓ فروشنده‌ی زرنگی که می‌داند مهارت‌های فروش تلفنی برای موفقیت در هر شغلی ارزشمند است.

عنوان و شغل شما اهمیت چندانی ندارد، شما قصد دارید سطح عملکردتان را ارتقا دهید و مهارت‌های فروش خود را بهبود بخشید.

پکونگی سر راه‌های کتاب

به‌منظور کمک به شما در یافتن سریع موضوعاتی که به آن‌ها نیاز دارید، کتاب را به شش بخش تقسیم کرده‌ام. مطالب بطوری سازماندهی شده‌اند که دسترسی شما به موضوعات مورد علاقه‌تان به حد امکان سریع‌تر شود. ابتدا جدول مضامین یا فهرست مطالب را به‌منظور یافتن حوزی مورد علاقه‌ی خود مطالعه و سپس به فصلی که به این موضوع می‌پردازد مراجعه کنید. در زیر با انگشتی گذرا می‌توانید مطالب کتاب را مرور کنید.

بخش ۱: برداشتن گوشی و گرفتن خط در فروش تلفنی

بخش اول مروری است بر مهم‌ترین موضوعات مربوط به آمادگی به بالاترین حد موفقیت در زمینه‌ی فروش تلفنی. این بخش را با سرزنی به موضوعات مربوط به موفقیت در فروش تلفنی در فصل اول شروع می‌کنیم و سپس با معرفی روش‌های ارزیابی مزایای فروش و درآمد در فصل دوم، بحث را دنبال می‌کنیم. در فصل سوم مقررات فروش را به‌منظور درک آسان موضوع مطرح می‌کنیم.

بخش ۲: پی‌ریزی زیربنایی برای موفقیت در فروش تلفنی

موفقیت در فروش تلفنی مستلزم داشتن زیربنایی قوی قبل از قرار دادن انگشت روی دکمه‌های تلفن و شماره‌گیری است. اجرای یک روش بازی‌مانند بهترین زیربنا برای بیشتر فروختن است. در فصل چهارم، این روند مرحله‌به‌مرحله توضیح داده می‌شود.

آیا برای برقراری تماس با مشتریان آتی خود آماده‌اید؟ در فصل پنجم، به دلایل امید داشتن به یک تجارت، افراد مناسب برای داشتن تجارتی موفق و زمان مطلوب انجام معاملات موفق می‌پردازیم. و در فصل ششم، به شما نشان می‌دهم چگونه بر شک و تردید تلفنی و بی‌حوصلگی‌های متداول غلبه کنید. در مورد این عارضه توضیح می‌دهیم و راه چاره‌ی آن را بیان می‌کنیم. از آن جا که زمان با ارزش‌ترین دارایی شماست، در فصل هفتم به چالش دیگری در حین فروش — یعنی مدیریت زمان — می‌پردازیم.

بخش ۳: شما تماس تلفنی برقرار می‌کنید!

تلفن کردن عنصر مرکزی فروش‌های تلفنی است. و جای تعجب نیست که تلفن کردن، که به صورت بازی پیچیده شبیه است، کاری سخت است، اما اگر شما بر روند بازی و بازاریابی با اندازه‌ی کافی تمرکز کنید، به کاری آسان بدل می‌شود. بخش سوم شامل دستورالعمل‌هایی است برای چگونگی انجام یک تماس تلفنی موفق و این بخش در فصل هشتم (موانع) مورد گذراندن موانع پیش روی فروشنده شروع می‌شود؛ موانعی که شما را از دستیابی به شماره‌ی تلفن مشتری محروم می‌کند. در فصل‌های نهم، دهم و یازدهم، شما می‌توانید خود را آماده کنید؛ یعنی چگونه قبل از شروع صحبت و فروختن کالا از مشتری سوال کنید و حروف‌های او خوب گوش دهید و این که چه سؤالاتی بکنید تا به بهترین پاسخ‌ها برسید. سرانجام در فصل دوازدهم به شما نشان می‌دهیم چگونه به راحتی و بی‌دردسری خواهی ارائه و فروش کالاهای خود را تغییر دهید.

بخش ۴: به بستن قرارداد نزدیک شوید

خب، به انتهای کار نزدیک می‌شویم! این مرحله‌ی نهایی از تماس‌ترین بخش‌های فروش است؛ نقطه‌ای که می‌تواند به فروش منجر شود یا، برعکس، شما را از آن دور کند. این بخش حاوی کلیدهای طلایی برای گشودن درهای بسته‌ی پیش روی فروشنده است. در فصل سیزدهم، متداول‌ترین موانع ذکر می‌شوند و روند شش مرحله‌ای برای رفع موانع نیز بیان می‌شود. در فصل چهاردهم، به شما نشان می‌دهم چگونه چگونه چطور حس تعهد مشتری را برای بستن مشتری را در خرید درگیر کنید و به فروش کالا نزدیک‌تر شوید و در فصل پانزدهم توضیح می‌دهم چگونه شما می‌توانید یک تجربه‌ی ناموفق فروش را به فروش آتی موفق تبدیل کنید.

بخش ۵: فروشتان را افزایش دهید

این بخش دربرگیرنده‌ی نکاتی است که به شما کمک می‌کند فکر مشتری را بخوانید و رفتارشان را، صرف‌نظر از شیوه‌ی رفتار مشتری، برای افزایش شانس فروش و بستن قرارداد با مشتری هماهنگ کنید. در فصل شانزدهم، روش‌های گوناگون فروش را

توضیح و به شما نشان می‌دهم چطور از حداکثر توان خود بهره ببرید. تشخیص شیوه‌ی برقراری ارتباط با مشتری پشت تلفن می‌تواند شانس بزرگی باشد. و اما در فصل هفدهم، به شما ابزارهای مقابله با چالش‌های ذکر شده در بالا را معرفی می‌کنم. و سرانجام در فصل هجدهم، حقه‌هایی درباره‌ی تجارت به شما می‌آموزم تا در نتیجه‌ی یادگیری آن‌ها به کمک آموزش‌های موجود در این کتاب، بتوانید با نگرشی جدید نظم و پیشرفت حرفه‌ای خود را با انگیزه ادامه دهید.

بخش ۶: ده تایی‌ها

کتاب حاضر با بخش معروف ده تایی‌ها به پایان می‌رسد. به نظر من، شما سه فصل پر از نکته در اختیار دارید که به شما در فروش و تحویل کالا به صورت تلفنی کمک کنند. عبارت «استفاده نکنید» به وضوح این مطلب را نشان می‌دهد. با اجرای این ده توصیه، هنگام فروش تلفنی به تعهد خود برای فروش تلفنی بیشتر وفادار بمانید.

علایم به کار رفته در این کتاب

به منظور کمک به شما، «استفاده‌ی هرچه بهتر از اطلاعات این کتاب، تصاویری در حاشیه آورده شده. این تصاویر، مشابه تابلوهای راهنمایی و رانندگی در جاده، مطالب مهمی را گوشزد می‌کنند.

این علامت اطلاعات بالارزش و گویای این است که به شما در افزایش فروش تلفنی کمک می‌کند.

این علامت نشانه‌ی اطلاعات حساسی است که در فروش شما لطمه می‌زنند. این نکته‌ها را، حتی اگر هیچ چیز دیگری به خاطر می‌آورید، همیشه در ذهن داشته باشید. این نکته‌ها موضوعاتی را مطرح می‌کنند که به شما در فروش تلفنی با آن‌ها مواجه می‌شوید.

علامت کناری را، به مثابه‌ی چراغ قرمز چشم‌کزن در خیابان، برای فروش کالا در نظر بگیرید. هنگامی که یک تصویر هشداردهنده می‌بینید، شما نتیجه‌ی هر عمل، رفتار یا پاسخ خود را به وضوح می‌دانید، چون آن‌ها را در علایم به شما نشان داده‌ام.

«آیا شنیده‌اید که یک روز یک فروشنده...؟» نگران نباشید. وقتی به کلمه‌ی حکایت می‌رسید، انتظار شنیدن داستانی کوتاه از تجربیات شخصی من را داشته باشید؛ منظورم این است که تجربیات شخصی خودم را نیز در متن آورده‌ام.



از این جا قرار است به کجا برویم؟

برای ورود به دنیای فروش تلفنی، بخش یک شروع خوبی است. این بخش تصویر بزرگی از فواید بسیار زیاد کسب مهارت‌های فروش تلفنی به شما نشان می‌دهد.

از آن جا شما قادر به استفاده از جدول مضامین یا فهرست مطالب کتاب به قصد انتخاب موضوعات مورد علاقه‌ی خود می‌شوید. اگر شما فروشنده‌ای تازه کار هستید، می‌توانید با خیال راحت بخش‌هایی از کتاب را که به کار شما نمی‌آیند نخوانید و بدون این که حس کنید چیزی را از دست داده‌اید، فقط به مطالعه‌ی نکته‌های مورد نیاز خود بپردازید. و اگر شما چند سال تجربه‌ی فروش حرفه‌ای دارید، می‌توانید فوراً به بخش پنج مراجعه کنید. در این بخش، به شما یاد می‌دهم چگونه خودتان را با روانشناسی فروش و پیشرفت دائمی، و به کمک آموزش مداوم، به سطح بعدی ارتقاء دهید. وقتی نمی‌کنید که شما از چه سطحی شروع به کار می‌کنید؛ شما قادر به کسب بالاترین دستاوردی زیادی خواهید شد که به شما در بالا بردن سطح عملکرد فروشتان کمک می‌کند.

www.ketab.ir