

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

از هیچ به همه چی

نویسنده

علیرضا میهن دوست

آفتاب



سرشناسه	میهن‌دوست، علیرضا، ۱۳۷۶-
عنوان و نام پدیدآور	از هیچ به همه چی / نویسنده علیرضا میهن‌دوست؛ ویرایش شورای بررسی موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی.
مشخصات نشر	تهران: آفتاب گیتی، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	۳۱۰ص: جدول، نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۲۴۵-۱۳۸-۷
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	بازاریابی -- مدیریت
موضوع	Marketing -- Management
موضوع	مشتري شناسی -- مدیریت
موضوع	Customer relations -- Management
موضوع	موفقیت در کسب و کار -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	Success in business-- Psychological aspects
شناسه افزوده	نشرات آفتاب گیتی
رده بندی کنگره	۱۳/۸۱۱۰۴۴۴

آفتاب گیتی

موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی

عنوان: از هیچی به همه چی

نویسنده: علیرضا میهن دوست

صفحه آرای و تنظیم: مریم طباطبایی

ویرایش: شورای بررسی موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی

نشر و پخش: موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: سورنا

قیمت: ۴۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۴۵-۱۳۸-۷

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است.

آدرس: تهران میدان انقلاب ضلع جنوب شرقی- نبش خیابان ۱۲ فروردین-ساختمان

ولیعصر- پلاک ۱۳۱۴ -طبقه سوم. واحد ۹

نشر و پخش همراه: ۰۹۱۲۳۳۴۲۳۶۲-۰۲۱۶۶۴۰۴۲۰۷

پیش گفتار

هدف از کتاب پیش رو بالا بردن سطح دانش دانشجویان و مدیران است این کتاب شامل تمام نکات مهم فروش، مشتری مداری، تبلیغات، بازار یابی، تولید و..... میباشد که تمام این فرایندها نتیجه ۸ سال تفکر و جمع آوری اطلاعات از بازار و فروش محصولات میباشد که بنده طی مدت ۸ سال این اطلاعات را جمع آوری کرده و تمام نکات مهم و ضروری که در این مدت به بنده کمک کرده و تولید و فروش را در سطح بالا ارتقا داده نوشته شده است.

بنده از ۱۳ سالگی در بازار به کسب کسار می پرداختم و تمام اطلاعاتی که کمک میکند در زمینه فروش به بعدی که به بازار یاب، فروشنده، مدیر فروش، در این کتاب نوشته شده و تمام این اطلاعات به صورت عملی انجام شده و با توجه به پایین بودن سطح آشنایی دانشجویان به فرایند فروش تمام اصول فروش در این کتاب نوشته شده است

و در آخر وظیفه ی خود می دانم تا از تلاش های مدیران، سرکار خانم مهندس آتنا مهین دوست/سرکار خانم مهندس فائزه امینی/سرکار خانم مهندس غزاله صادقی کمال تشکر را داشته باشم.

علیرضا مهین دوست

فهرست

فصل اول	۱۴
مشتری	۱۴
مشتری داخلی	۱۵
مشتری خارجی	۱۹
خواسته های مشروع	۲۱
خواسته های نامشروع	۲۱
مشتری مداری	۲۱
رضایت مشتری	۲۲
مشتری راضی	۲۲
مشتری ناراضی	۲۳
مشتری شاد	۲۳
اهداف باشگاه مشتریان	۲۷
اثر منافع مشتری	۲۹
انواع باشگاه ها	۲۹
اجرای برنامه ها و سیستم های وفاداری :	۲۹
مراحل ایجاد باشگاه مشتری:	۳۰
مهمترین عوامل تاثیر گذاری در زنجیره مشتری :	۳۱
نتیجه کوتاه :	۳۳
ارتباط پایدار و یک جانبه	۳۴
تاثیر مدیریت ارتباط با مشتری بر روی بازاریابی رابطه مند :	۳۵
فصل دوم شایسته بودن قیمت و اعتماد	۳۶
آیا مقایسه کردن قیمت های خود با دیگران موثر است ؟	۳۸
داستان پیرامون یک محصول بسیار تاثیر گذار است ؟	۳۹
تاثیر تفاوت قیمت ها بر روی مشتری شما چیست ؟	۴۰

نکات مهم در قیمت گذاری :

جذاب نویسی :

چگونه یک متن توضیح محصول بنویسیم ؟

نکته فوق حرفه ای در مورد تولید محتوای صفحه محصول

مشتری خود را بشناسید و پرسونای او را تعیین کنید .

مشتری را با گفتن مزایای خاص و جذاب به دام بیندازید

لحن مخصوص به خودتان را داشته باشید .

از بولت گذاری استفاده کنید .

بهترین کسب و کارید محتوا :

چرا در تولید محتوا باید سبک خودمان را داشته باشیم ؟

همه ما دوست داریم دیدیم و بوییم و بچایب خودمان را داشته باشیم .

مخاطب شما مانند ماهی در آکواریوم است و قه ای دارد .

محتوای پرسود محور در بازاریابی :

پرسونا دقیقاً به چه معناست ؟

اعتماد وفاداری به مشتری :

اطمینان به قیمت :

کیفیت قیمت :

قیمت نسبی :

منصفانه بودن قیمت :

اهداف انبار و انبار داری :

پشتیبانی و حمایت در چرخه تولید و خدمات .

پشتیبانی قوی ترو بهتر .

فصل سوم چگونه در یک تماس فروش بهتری داشته باشیم

چه برند هایی تاریخ مصرفشان در حال تمام شدن است ؟

چه برند هایی در حال شکل گیری هستند ؟

برون سپاری چیست ؟

مزایای برون سپاری خدمات کال سنتر :

چند نکته درباره برون سپاری خدمات :

عواقب ناخواسته برون سپاری کدام ها هستند ؟

۹۴	فصل چهارم: قوانین محکم برای شرکت یا موسسه یا کسب و کار خود
۹۷	فصل پنجم
۹۷	داشتن ایده های خلاق
۱۰۵	نکته قابل توجه برای ایده خلاق
۱۰۹	فصل ششم: چشم انداز شرکت در کوتاه مدت و بلند مدت به مشتری
۱۲۳	فصل هفتم ایستادگی و تحمل سختی
۱۲۷	فصل هشتم
۱۲۷	مدیریت ریسک
۱۲۸	مدیریت ریسک چیست
۱۲۸	مدیریت ریسک یک فرایند مستقیم است
۱۳۰	پاسخ به ریسک
۱۳۰	برنامه‌ی اضطراری
۱۳۱	چرا مدیریت ریسک انجام می‌شود؟
۱۳۱	برنامه‌ریزی
۱۳۱	مدیریت ریسک چگونه انجام می‌شود؟
۱۳۵	فعالیتها و خروجی
۱۳۶	سمت‌های ریسک
۱۳۷	منابع خارجی
۱۳۸	شناسایی ریسک
۱۳۹	پاسخگویی به ریسک
۱۴۰	ریسک در فروش
۱۴۲	از بین برنده ریسک
۱۴۴	فصل نهم انگیزه
۱۴۶	تعریف انگیزه چیست؟
۱۴۷	تعریف انگیزه
۱۴۷	تعریف انگیزه و سه مولفه آن
۱۴۸	انگیزه، انگیزش و انگیزاننده
۱۵۰	چرا برای ادامه زندگی به انگیزه نیاز داریم؟
۱۵۲	راه های رسیدن به انگیزه

۱۵۲	تفاوت انگیزه با انگیزش در چیست؟
۱۵۲	تفاوت انگیزه با تحرک در چیست؟
۱۵۵	مراحل تنظیم انگیزه فیزیولوژیک
۱۵۵	راه های افزایش انگیزه در بی حوصلگی
۱۵۷	ارتباط تعادل حیاتی با انگیزه فیزیولوژیکی
۱۵۹	انگیزه برتر
۱۶۰	انواع انگیزه
۱۶۲	انگیزه درونی مهمتر است یا انگیزه بیرونی؟
۱۶۳	چرا بی انگیزه می شو،
۱۶۵	آیا علایق خود را به درستی می شناسید؟
۱۶۶	راه های افزایش انگیزه
۱۷۱	نقش انگیزه در زندگی افراد موفق
۱۷۲	نظریه های جدید انگیزش
۱۷۷	فصل دهم هدف:
۱۸۲	تاریخچه ی پرسش "هدف چیست"
۱۸۶	"هدف چیست" و ویژگی های یک هدف درست چیست؟
۱۹۲	مطلب پیشنهادی:
۱۹۲	۳۰ راه رسیدن به آرامش درونی
۱۹۳	انواع هدف چیست؟
۱۹۴	هدف گذاری کوتاه مدت
۱۹۶	هدف های کوتاه مدت نیاز به جزئیات دقیق دارند
۱۹۷	اهداف کوتاه مدت باید بستری برای اهداف بلند مدت باشند
۱۹۷	هدف گذاری های کوتاه مدت را در اولویت زندگی خودتان قرار دهید
۱۹۸	هدف گذاری بلند مدت
۲۰۰	یک نامه به آینده ی خودتان بنویسید
۲۰۱	موقعیت کنونی خودتان را بسنجید
۲۰۱	یک شمای روشن از زندگی متعالی را در ذهن داشته باشید
۲۰۲	یک راهنما داشته باشید
۲۰۳	با خودتان عهد ببندید و به عهدتان پایبند باشید

۲۰۳	چطور در زندگی هدف مند باشیم.....
۲۰۵	هدف گذاری.....
۲۰۵	هدف چیست و چطور در زندگی هدفمند باشیم؟.....
۲۰۶	چطور هدف مان را در زندگی پیدا کنیم؟.....
۲۰۸	چطور هدف مان را در زندگی پیدا کنیم؟.....
۲۰۸	رسیدن به هدف زندگی.....
۲۱۴	هدف ها بهتر است چه ویژگی هایی داشته باشند؟.....
۲۱۷	داستانی در مورد فروش و بازاریابی:.....
۲۱۸	چرا بازاریابی؟.....
۲۱۸	تکنیک های فروش در بازاریابی.....
۲۱۹	تعریف بازاریابی کانتر.....
۲۲۱	آموزش مارکتینگ.....
۲۲۱	فروش سنتی.....
۲۲۲	قانون ۸۰/۲۰ مشتری یابی.....
۲۲۳	تکنیک های بازاریابی و فروش.....
۲۲۳	قانون ۳۰/۷۰.....
۲۲۳	ایده های فروش.....
۲۲۳	شناخت گروه هدف.....
۲۲۴	ایده های فروش.....
۲۲۴	ارجاع، مهمترین کلید فروش و مشتری یابی.....
۲۲۵	پاسخگویی به مخالفت های مشتری.....
۲۲۵	روش ارتباطی.....
۲۲۶	فنون بازاریابی حضوری.....
۲۲۶	اگر از این خوشتر آمده، چرا امتحانش نمی کنی؟.....
۲۲۷	تکنیک های فروش در بازاریابی در فروش حضوری.....
۲۲۷	تکنیک های فروش در بازاریابی.....
۲۲۸	طراحی افزایش فروش.....
۲۳۰	روشهای نوین بازاریابی مواد غذایی.....
۲۳۰	مرور برنامه و مباحث قبل از ملاقات.....

- ۲۳۱..... اصول بازاریابی حضوری
- ۲۳۱..... تکنیک های فروش در بازاریابی در روش گلدمن
- ۲۳۱..... تکنیک های فروش در بازاریابی به روش گلدمن
- ۲۳۲..... همیشه برنامه ریزی قبلی داشته باشید
- ۲۳۴..... تکنیک های ثانویه فروش در بازاریابی :
- ۲۳۵..... فرم بازاریابی حضوری
- ۲۴۰..... ایجاد حالت فروش رابطه برد-برد (win-win)
- ۲۴۱..... نکات مهم در بازاریابی حضوری
- ۲۴۱..... حالت فروش برنده - بازنده :
- ۲۴۲..... انواع بازاریابی حضوری
- ۲۴۲..... در اینجا دو حالت فروش برنده و بازنده وجود دارد :
- ۲۴۲..... حالت فروش بازنده - برنده :
- ۲۴۳..... بوجود آمدن انتظارات نادرست
- ۲۴۳..... تکنیک های فروش موفق
- ۲۴۳..... ایجاد رضایتمندی مشتری
- ۲۴۴..... تکنیک های بازاریابی تلفنی
- ۲۴۴..... موفقیت در فروش
- ۲۴۴..... وظایف مدیر فروش
- ۲۴۵..... آیا مدیر فروش همان مدیریت بازاریابی است یا برعکس ؟
- ۲۴۶..... چرا مدیریت فروش مهم است ؟
- ۲۴۸..... مدیریت تجاری : هدایت کسب و کار در ناحیه فروش
- ۲۴۸..... خصوصیات مدیر فروش حرفه‌ای
- ۲۴۹..... ویژگی‌های رفتاری و مهارت‌های مدیر فروش شامل
- ۲۴۹..... توانایی بودجه‌بندی زمان به صورت موثر
- ۲۵۰..... خصوصیات مدیران فروش حرفه‌ای :
- ۲۵۰..... تجربه موفق ساختن یک قلمرو از کوچک یا هیچ چیز
- ۲۵۰..... فعالیت‌های روزانه یک مدیر فروش
- ۲۵۱..... مدیریت افراد
- ۲۵۲..... بازاریابی و فروش با هم تفاوت دارند؟

۲۵۳	فروش = محصولی که موجود است را بفروشید
۲۵۴	فروش "به هر قیمت" چیست؟
۲۵۴	بازاریابی = هم اکنون و در آینده، با مشتریان خود هم سو شوید
۲۵۴	تحقیق درباره مصرف کننده‌ها برای شناخت نیازهای بازار
۲۵۴	بازاریابی "کثیف" چیست؟
۲۵۵	فروش بدون بازاریابی درست!
۲۵۶	بازاریابی و فروش در کنار هم
۲۵۷	یک تحقیق جالب در مورد بازاریابی در رشد شرکت
۲۵۷	بازاریابی به روش علمی
۲۵۸	نتیجه‌گیری در مورد دو مفهوم بازاریابی
۲۵۸	بازاریابی و فروش در کنار هم
۲۵۹	هفت قانون فروش موفق
۲۶۹	مهارت‌های فروش
۲۶۹	مهارت‌های فروش
۲۶۹	هنر سوال پرسیدن
۲۶۹	مدیریت زمان
۲۷۰	جلوگیری از اعتراض مشتری
۲۷۰	هنر سوال فروش
۲۷۰	۴ نوع سوال فروش
۲۷۰	مدیریت اعتراض مشتری
۲۷۱	مهارت دموی محصول (مهارت معرفی محصول)
۲۷۱	گرفتن تعهد خرید
۲۷۲	تکنیک خاتمه فروش (تکنیک نهایی کردن فروش)
۲۷۲	انواع مدیر فروش
۲۷۲	۱۰ نوع متفاوت از مدیران فروش
۲۷۳	این مهارت‌ها بازاریابی فروش را بالا می برد
۲۷۶	گوش دادن
۲۸۶	انگیزه در کار
۲۸۶	بهترین راه ارتباط گرفتن با مشتری در بازاریابی تلفنی

۳۸۶	قرار یک ملاقات را بگذارید.....
۳۸۹	فروش تلفنی.....
۳۸۹	تکنیک های بازاریابی تلفنی.....
۳۸۹	سه توصیه مهم بازاریابی تلفنی :.....
۳۹۰	بازاریابی موفق.....
۳۹۰	ترندهای عالی برای بازاریابی تلفنی.....
۳۹۰	توصیه مهم بازاریابی تلفنی :.....
۳۹۱	سامانه پیامک.....
۳۹۱	اما چرا بازاریابی پیامک ن قدر مهم است؟.....
۳۹۲	از سامانه پیام کوتاه برای اطلاع رسانی استفاده می کنید.....
۳۹۳	پیامک تبلیغاتی.....
۳۹۳	مسابقه برگزار می کنید.....
۳۹۴	آماري تكان دهنده از ميزان اثربخشي بازيابي پياكي.....
۳۹۴	ترندهایی که موجب موفقیت در بازاریابی محلی را دنبال کنید.....
۳۹۵	دنیای دیجیتال.....
۳۹۵	تاکتیک های بازاریابی موفق.....
۳۹۵	تاکتیک های بازاریابی محلی سنتی.....
۳۹۶	تاکتیک های بازاریابی محلی و بازاریابی دیجیتال.....
۳۹۶	گوشه ی بازار محلی خود را بخش بندی کن.....
۳۹۷	بازاریابی.....
۳۹۷	مهارت های بازاریابی.....
۳۰۳	ویژگی های مشاور بازاریابی.....
۳۰۳	مشاور تبلیغاتی.....
۳۰۳	مشاور بازاریابی چه خصوصياتی دارد؟.....
۳۰۴	کسب و کار جدید.....
۳۰۴	مشاور بازاریابی چه سودی برای کسب و کار ما دارد؟.....
۳۰۵	مشاوره بازاریابی.....
۳۰۷	ریورتاز آگهی جدید ترین تکنیک سنو سایت.....
۳۰۷	بک لینک بسازید :.....