

کلمات جادویی فروش

مؤلف:

فیل جونز

مترجمان:

دکتر احمد صفار

دکتر حمید، ضیا اعلیٰ لقمجانی

ویراستاران:

احمد آخوندی - محسن جاویدمؤید



سرشناسه

: جونز، فیل ام. ۱۹۸۱-م.

Jones, Phil M.

عنوان و نام پدیدآور

: کلمات جادویی فروش / مؤلف فیل جونز؛ مترجمان احمد صفار، حمیدرضا نژادعلی لقمجانی؛
ویراستاران احمد آخوندی، محسن جاویدمؤید.

مشخصات نشر

: تهران: انتشارات بازاریابی، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری

: ۱۱۱ ص.

شابک

: 978-622-6659-29-1

وضعیت فهرست نویسی: فیا

عنوان اصلی: Exactly what to say: the magic words for influence and impact, 2018.

یادداشت

: کتاب حاضر قبلاً با عنوان "دقیقاً چه بگویید تا حرف تان را گوش کنند؟: کلمات جادویی
برای تأثیر و نفوذ روی دیگران" با ترجمه محمد مهدی ربانی توسط نشر نگاه نوین در سال
۱۳۹۷ به چاپ رسیده است.

عنوان دیگر

: دقیقاً چه بگویید تا حرف تان را گوش کنند؟: کلمات جادویی برای تأثیر و نفوذ روی دیگران

موضوع

: تأثیر (روان شناسی)

موضوع

: Influence (Psychology)

موضوع

: رهبری

موضوع

: Leadership

موضوع

: اخلاق (روان شناسی)

موضوع

: Persuasion (Psychology)

موضوع

: کسب و کار - ارتباط

موضوع

: Business Communication

شناسه افزوده

: ص ۱-۴۴، بد، مترجم

شناسه افزوده

: نژادعلی، حمیدرضا، ۱۳۶۷-م، مترجم

شناسه افزوده

: آخوندی، احمد، ۱۳۶۱-م، ویراستار

شناسه افزوده

: جاویدمؤید، محسن، ۱۳۶۱-م، ویراستار

رده بندی کنگره

: BF ۷۷۴

رده بندی دیویی

: ۱۵۳/۸۵۲

شماره کتابشناسی ملی

: ۵۸۱۷۵۳۱



فکس: ۶۶۴۳۱۴۶۱ (۰۲۱)

تلفن: ۶۶۴۲۳۶۶۷ (۰۲۱) و ۶۶۴۳۴۰۵۵ (۰۲۱)

WWW.MARKETING.UBA.TEHRAN.IR

WWW.MARKETINGBOOKS.IR

چاپ اول ۱۳۹۸/ تیراژ ۱۱۰۰

چاپخانه و صحافی: طرح و نقش نوین

تمامی حقوق محفوظ و متعلق به انتشارات بازاریابی است.

مراکز توزیع:

شرکت توسعه مهندسی بازار گستران آتی (TMBA)

تهران؛ صندوق پستی: ۱۳۴۵/ ۱۳۴۵ تلفن: ۴-۰۱۶۶۴۰۲۸۴ (۰۲۱) فکس: ۰۵۶۶۴۰۲۸۴ (۰۲۱)

بخش انتشارات بازاریابی: خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۲ فروردین، پلاک ۲۸۵، مجتمع

کتاب فروردین، طبقه همکف، واحد یک. تلفن: ۰۵۱۶۶۴۰۸۲۵ (۰۲۱) و ۰۸۲۷۱۶۶۴۰ (۰۲۱)

این کتاب با حمایت مادی و معنوی شرکت طنین بهداشت پارس (پاتریکس - هسل)
چاپ و منتشر شده است

قیمت: ۲۵/۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۱۳	سخن مدیرعامل
۱۵	سخن ناشر
۱۹	مقدمه ی مترجمان
۲۱	کلام اول
۲۵	مطمئن نیستم مناسب شما باشد، اما ...
۲۹	روشنفکر
۳۱	چه اطلاعاتی دارید؟
۳۵	اگر ... چه احساسی خواهید داشت؟
۳۹	فقط تصور کنید
۴۳	چه زمانی برای ... مناسب است؟
۴۵	به نظرم شما هنوز...
۴۷	جابه جایی های ساده
۴۹	شما سه گزینه دارید
۵۳	دو نوع از افراد
۵۷	مطمئنم شما تا حدودی شبیه من هستید

- ۵۹ اگر... آن وقت
- ۶۱ نگران نباشید
- ۶۳ اغلب مردم
- ۶۷ خبرهای خوب
- ۷۱ چیزی که بعداً اتفاق می افتد
- ۷۵ چیزی باعث می شود که این را بگویید؟
- ۷۹ قبل از اینکه تصمیمتان را بگیرید
- ۸۱ اگر من... شما؟
- ۸۳ کافی است
- ۸۷ فقط یک چیز دیگر
- ۹۱ یک لطف
- ۹۵ فقط از روی کنجکاوی
- ۹۹ کلام آخر
- ۱۰۳ درباره‌ی نویسنده
- ۱۰۵ آشنایی با فعالیتهای شرکت توسعه مهندسی بازار گستران آتی

مقدمه‌ی مترجمان

علوم رفتاری در بسیاری از عامه‌ایان نفوذ کرده‌اند. دنیای کسب‌وکار نیز از این موضوع مستثنی نیست. اما باید توجه داشت که بسیاری از بحثهای علوم رفتاری در محافل علمی رخ می‌دهد و تعداد محدودی کتاب کاربردی در این باره نوشته شده است.

از سویی دیگر، اگر بخش فروش را محرک اصلی امر کسب‌وکاری در نظر بگیریم، ما به عنوان اهالی این زمینه می‌بایست توجه ویژه‌ای به این بخش داشته باشیم. از آنجایی که مهارت اصلی در این بخش متقاعدسازی مشتریان برای خرید بیشتر است، دانستن مسائل رفتاری می‌تواند این امر را برای کارکنان بخش فروش تسهیل کند. از همین رو، نویسنده‌ی کتاب حاضر به دنبال آن است که مسائلی بسیار مهم رفتاری که می‌توانند فروش را بیشتر و متقاعدسازی را آسانتر کنند در قالب بسیار ساده و کاربردی به فعالان این بخش ارائه کند. نویسنده در این کتاب با مثالهایی کاملاً ملموس تمام مفاهیم را انتقال می‌دهد. اما باید توجه داشت به دلیل تفاوت‌های فرهنگی ممکن است لازم باشد برخی از بخشهای کتاب را به طریقی تغییر داد. متأسفانه در مکاتبات انجام‌شده با نویسنده، ما به دنبال این مهم بودیم. اما به دلیل تحریمها، نویسنده از ادامه‌ی همکاری برای بومی‌سازی مطالب کتاب به کمک تجربه‌ی

افراد داخلی مجرب در این زمینه، انصراف داد.
ناگفته نماند که قسمتهای غیرضروری کتاب مانند تقدیر و تشکر نویسنده از
همکارانش ترجمه نشده‌اند.

www.ketab.ir