

سامورایی‌های فروش

«کتاب همراه فروشندگان حرفه‌ای»

تالیف:

میرسعید هاشمی خیابانی

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

(مدرس دانشگاه و مشاور)

www.ketab.ir



نشاختر

سر شناسه	هاشمی خیابانی، میرسعید، ۱۳۵۶-
عنوان و پدیدآور	سامورایی‌های فروش: «کتاب همراه فروشندگان حرفه‌ای»/تالیف میرسعید هاشمی خیابانی.
مشخصات نشر	تبریز: اختر، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۱۵۲ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۴۸۶-۶۶۴-۴
وضعیت فهرست‌نویسی: فیا	
یادداشت	کتابنامه: ص. [۱۵۰] - ۱۵۱.
عنوان دیگر	کتاب همراه فروشندگان حرفه‌ای.
موضوع	فروشنده‌گی
موضوع	Selling
موضوع	فروشنده‌گی -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	Selling -- Psychological aspects
موضوع	مدیریت فروش -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	Sales management -- Psychological aspects
موضوع	خدمات مشتری -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	Customer services-- Psychological aspects
رده بندی کنگره	HF۵۲۳۸/۲۵:
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۵:
شماره کتابخانه ملی	۸۴۴۱۰۳۸:



نشر اختر

سامورایه‌های فروش

نویسنده: میرسعید هاشمی خیابانی

ویراستار: محمد پورفرزین

ناشر: نشر اختر ● چاپ و صحافی امین

چاپ اول ۱۴۰۰ ● ۱۵۲ صفحه ● قطع رقعی ● ۱۰۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۸۶-۶۶۴-۴

مرکز پخش: تبریز - اول خیابان طالقانی، نشر اختر

تلفن: ۳۵۵۵۳۹۳ - ۰۴۱ و ۰۹۱۴۱۱۶۶۸۹۷

قیمت: ۳۳۰۰۰ تومان

۱۳	مرام نامه سامورایی
۱۵	مقدمه
۱۷	بخش نخست: مفهوم فروش
۱۸	انواع فروش
۱۹	چرا فروشنده‌گی شغل جذابی است!
۲۰	فروشنده‌گی موفق سه چیز دارد
۲۲	یک فروشنده حرفه‌ای سه چیز را باید صادقانه و خالصانه باور داشته باشد
۲۲	طبقه بندی انواع فروشندگان
۲۳	خصوصیات یک فروشنده حرفه‌ای
۳۱	چهار ویژگی که فروشندگان از آن غافل هستند
۳۱	قدرت هدف گذاری
۳۳	قدرت مشاهده
۳۳	گوش کردن
۳۷	سؤال کردن
۵۰	فروشنده حرفه‌ای و شکست
۵۰	چرا فروشندگان شکست می‌خورند؟
۵۱	وقتی فروشنده حرفه‌ای شکست می‌خورد چه کارهایی باید انجام دهد؟
۵۱	فروشنده حرفه‌ای و رقبا
۵۴	یک روز فروشنده حرفه‌ای
۶۱	نحوه تقسیم ساعات کاری فروشندگان
۶۵	بخش دوم: مشتری
۶۶	مشتری کیست و رابطه با او چه اهمیتی دارد؟
۶۷	انواع تیپ مشتریان و راه‌های برخورد با آنها
۷۱	روش L. O. C. A. T. E در شناسایی نیازها
۷۲	چگونه ویژگی و مشخصات محصول را به شکل منافع حاصل از محصول برای مشتری نشان دهیم
۷۵	دلایل اصلی که فروشنده نتوانسته مشتری را قانع کند که چرا باید محصول را بخرد؟

۱۱۱	خرید کردن قیمت
۱۱۲	بر علیه ارزانی
۱۱۳	وقتی مشتری قیمت را بهانه می کند (پیدا کردن دلایل نحوه برخورد با آنها)
۱۱۶	چهار علامت مشتری که به هنگام خرید از خود نشان می دهد
۱۱۷	یازده علامت که به شکل پرسش از طرف مشتری مطرح می شود و می تواند علایم خرید از سوی مشتری باشد
۱۲۱	تفاوت بین اعتراضات و مردد بودن چیست؟
۱۲۱	علل عدم توانایی برخورد فروشندگان با ایراد
۱۲۱	چه مواردی را رعایت نکرده ایم که به ایراد برخورد می کنیم؟
۱۲۲	سه گروه ایراد و نحوه برخورد با آنها
۱۲۶	قوائد طلایی مدیریت بر اعتراض و ایرادهای مشتری
۱۲۷	پاسخ دادن به اعتراض ها و ایرادها
۱۲۸	تقسیم بندی اعتراض ها بنا بر قدرت و ماهیت آنها
۱۳۰	روش مختلف مدیریت بر اعتراض
۱۳۳	خاتمه فروش
۱۳۴	اهمیت خاتمه فروش
۱۳۴	دلایل عدم خاتمه فروش
۱۳۵	پنج شرط مهم برای خاتمه فروش (نهایی کردن فروش)
۱۳۶	خاتمه فروش چیست؟
۱۳۸	زمان خاتمه فروش
۱۳۹	سه اصل مهم در خاتمه فروش
۱۴۰	فنون خاتمه فروش
۱۴۴	ایرادات و موانعی که به هنگام نهایی کردن فروش رخ می دهد و راههای غلبه بر آنها
۱۴۶	چطور مطمئن شوم که مشتری باز هم سفارش خواهد داد؟
۱۴۷	بهترین راه برای دو برابر کردن فروش امسال چیست؟
۱۴۷	بایدها یک فروشنده حرفه ای
۱۴۷	اعمالی که هر فروشنده باید انجام دهد
۱۴۸	اعمال و اشتباهاتی که یک فروشنده نباید انجام دهد
۱۵۱	منابع

دلیل نگارش این کتاب:

من به عنوان یک مدرس فروش حرفه‌ای، یکی از جنبه‌های بسیار مهم یادگیری را یافته‌ام. مردم عاشق ساده‌سازی هستند. هر چه ساده‌تر، بهتر.

من این کتاب را با داشتن این هدف در ذهن خود نوشتم. آشکار کردن سادگی فروش، فروش ساده است. سادگی خوش آیند است.

این کتاب مطالبی را بیان می‌کند که پیچیدگی‌های متصور را کنار می‌زند و فروش را در ناب‌ترین شکل خود به بحث می‌گذارد. گفتگویی جذاب بین دو انسان.

من این کتاب را با این قصد نوشتم، که شما را در دانش و تجربه اندوخته‌ام سهیم کنم تا شاید زندگیتان کمی متفاوت‌تر شود.

این کتاب، ابزاری را به شما معرفی می‌کند که من در تمام سمینارهای فروش خود از آن استفاده می‌کنم.

این کتاب شما را با زیبایی‌های فروش آشنا خواهد کرد

«یک بار پدرم به من گفت که سنجش حقیقی عشقت به کار این است که بخواهی آن را مجانی انجام دهی»، ابتدا فکر می‌کردم که دیوانه‌است، اما اکنون دیگر نمی‌توانم به این عقیده باشم.

«تیم برتیپت»