

عسکرپور، شهاب، ۱۳۵۹-
ده فرمان فروش / نویسنده شهاب عسکرپور؛ ویراستار فائزه قوچی.
تهران: نسل نواندیش، ۱۳۹۹.
۹۶ ص: ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
۹۷۸-۶۲۲-۲۲۰-۵۹۵-۹

فیبا

فروشدگی - بیمه

Selling - Insurance

قوچی فائزه، ۱۳۷۲ - ویراستار

۱HG

۶۸/۰ ۸۸

۱۳۰۱

ده فرمان فروش

نویسنده: شهاب عسکرپور

ویراستار: فائزه قوچی

صفحه آرا: افسانه حسن بیگی

طراح جلد: الهه عابدینی

ناشر: نسل نواندیش

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۹

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۲۰-۵۹۵-۹

ISBN: 978-622-220-595-9

کتاب‌های مورد نیاز خود را از فروشگاه انتشارات نسل نواندیش تهیه فرمایید.
نشانی فروشگاه نسل نواندیش: میدان ولیعصر - ابتدای کریمخان - پلاک ۳۰۸

تلفن: ۸۸۹۴۲۲۴۷ - ۹

www.naslenowandish.com

info@naslenowandish.com



NasleNowAndish

انتشارات نسل نواندیش

<https://telegram.me/naslenowandish>

فهرست

۱۱	مقدمه
۱۷	فرمان اول: مودیت، قبول یا فرآیند؟
۳۱	فرمان دوم: تندرستی و سبب نام
۳۵	فرمان سوم: وضعیت ظاهری
۴۵	فرمان چهارم: شناسایی نقاط ضعف و قوت خودمان
۵۷	فرمان پنجم: ارتباطات
۶۳	فرمان ششم: هنر مذاکره را فرا بگیرید
۶۹	فرمان هفتم: مشتری‌مداری
۷۳	فرمان هشتم: خلاقیت و نوآوری
۸۳	فرمان نهم: ریزعادت‌ها
۸۷	فرمان دهم: استفاده از قانون جذب در رسیدن به فروش‌های بالا

مقدمه

فروش یک اتفاق نیست، بلکه یک فرایند است و این فرایند را می‌توان در سه مرحله تنظیم کرد. مرحله اول، پیش از فروش است؛ این مرحله آماده‌سازی فروش نام دارد. در این مرحله باید مشتری را انتخاب کنیم و از خود بپرسیم: خریدار محصولمان چه کسی است؟ چرا باید محصولمان را بخرد؟ چرا باید از ما بخرد؟ چرا باید از شرکت‌مان بخرد؟ این پرسش‌ها ذهن را آماده می‌کند و تصویری که در ذهن خود می‌سازیم، به ما کمک می‌کند جهت‌گیری برای خرید آماده شویم و حضوری مؤثر نزد مشتری داشته باشیم. مرحله دوم زمانی است که با مشتری رودررو می‌شویم و با گفت‌وگوی مؤثر به تدریج رضایتش را جلب کرده و در نهایت فروش را نهایی می‌کنیم. البته بسیاری از فروشندگان که این مرحله را پایان کار می‌دانند و رابطه خود را با مشتری قطع می‌کنند و به دنبال مشتریان جدید می‌گردند؛ درحالی‌که رابطه پس از فروش آغاز می‌شود. در مرحله سوم باید رابطه را گسترده کرد و ارتباط جدید را با گرفتن ارجاع از چنین مشتریانی به وجود آورد؛ هر مشتری به‌طور متوسط می‌تواند ده مشتری به شما معرفی کند که به مشتریان‌تان تبدیل شوند. هرکدام از آن ده نفر نیز می‌توانند شما را به ده نفر دیگر معرفی کنند و این چرخه ادامه پیدا می‌کند. یک فروشنده حرفه‌ای ضمن رعایت این موارد، نه تنها به منظور مشتریان‌اش اهمیت می‌دهد، بلکه به توسعه روابط نیز اهمیت می‌دهد و همچنین به تأمین نیازهای بیشتری از مشتری می‌پردازد. اگر یک نیاز مشتری را

برطرف کردید، به همین بسنده نکنید، بلکه به دنبال این باشید که سایر نیازهایش را نیز تأمین کنید تا سودآوری بیشتری را برای شما به دنبال داشته باشد. یک فروشنده حرفه‌ای نه تنها به سودآوری خود و سازمانش می‌اندیشد، بلکه به سودآوری مشتریان و دایره ارتباطش نیز فکر می‌کند. فکر می‌کند که چگونه مشتریان را پولدار و ثروتمند کند. می‌توانید برای هر مشتری یک استراتژی تعریف کنید، چگونه ارتباطشان را با آنها به اشتراک بگذارید و آنها را به سودآوری تبدیل کنید. در یک کلام، ارتباط مؤثر با آدم‌های مؤثر ثروت‌ساز است. کتاب ده فرمان فروش می‌تواند به خواننده کمک کند تا راهکارهایی برای به ثمر رساندن پروسه فروش پیدا کند و با کار بستن آنها، به خود و به دیگران کمک کند تا دنیا را به جای بهتری برای زندگی انسان‌ها تبدیل کند.

حمید امامی

۱۰ مرداد ۱۳۹۹

مشهد