

۲۲۰ ۸۶۲۷

به نام خدا

راهنمای مصور برای مدیران

فروش خدمات و محصولات

نویسندگان

مالکوم اچ. بی. مکدونالد، پیتر موریس

مترجمان

هادی اکرمی

سید ابراهیم بهرامی

ناهد عطار



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

تهران ۱۴۰۰

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور
مشخصات نشر
مشخصات ظاهری
شابک
وضعیت فهرست نویسی
یادداشت
موضوع
موضوع
شناسه افزوده
شناسه افزوده
شناسه افزوده
شناسه افزوده
شناسه افزوده
رده بندی کنگره
رده بندی دیویی
شماره کتابشناسی ملی
اطلاعات رکورد کتابشناسی

مک دونالد، مالکوم، ۱۹۳۸ - م
راهنمای مصور برای مدیران فروش خدمات و محصولات / نویسندگان مالکوم اچ. بی. مک دونالد، پیتر موریس؛ مترجمان هادی اکرمی، سیدابراهیم بهرامی، ناهید عطار.
تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۴۰۰.
۹۱ ص.
۳ - ۹۰۹ - ۴۶۸ - ۹۶۴ - ۹۷۸
قیبا
عنوان اصلی: Pocket guide to selling products and services, ۱۹۹۵.
فروشنده: -- داستان‌ها، مجله‌ها و فکاهیات تصویری
Selling -- Comic books, strips, etc.
موریس، پیتر، ۱۹۳۱ - م.
Morris, Peter
اکرمی، هادی، ۱۳۶۱ -، مترجم
بهرامی، سیدابراهیم، ۱۳۶۲ -، مترجم
عطار، ناهید، ۱۳۷۰ -، مترجم
HF۵۴۳۸/۲۵:
۶۵۸/۸۵۰۲۰۷:
۷۶۵۱۸۷۶:
قیبا



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

فروش خدمات و محصولات راهنمای مصور برای مدیران

نویسندگان: مالکوم اچ. بی. مک دونالد، پیتر موریس

مترجمان: هادی اکرمی، سیدابراهیم بهرامی، ناهید عطار

لینتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

چاپ اول: تابستان ۱۴۰۰

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

قیمت: ۳۸،۰۰۰ تومان

شابک: ۳ - ۹۰۹ - ۴۶۸ - ۹۶۴ - ۹۷۸

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی است.»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، نبش کوچه همدان، شماره ۱۲۰۴

توزیع و پخش: ۶۶۹۳۹۳۲۹ - ۰۲۱ / فروشگاه مرکزی: ۶۶۴۲۵۱۱۸ - ۰۲۱

واحد نشر مکتوب: ۶۶۴۳۹۲۰۶ - ۰۲۱

واحد نشر الکترونیک: ۶۶۴۳۹۲۰۲ - ۰۲۱ / digital.cppc.ir

فروشگاه‌های اینترنتی WWW.CPPC.IR / WWW.TAKBAB.COM



پیش گفتار

کتاب حاضر، از سری کتاب‌های کارتونی با پیام جدی است. پیش از این نیز، کتابی با عنوان «بازاریابی، راهنمای مصور برای مدیران، روانه بازار شد و موفقیت آن ما را ترغیب به کشف دنیای معاملات تجاری - فروش محصولات و خدمات کرد.

شش فصل، سیر روند فروش را دنبال می‌کند که شامل: درک نیازهای مشتری، گرفتن وقت ملاقات برای پاسخگویی به آنها، تا لحظه بسته شدن فروش می‌باشد. در مقدمه، تفاوت بین فروش خدمات و محصولات را بررسی می‌کند. در پایان هر فصل نیز تمرینی برای تلفیق آنچه قبلاً انجام شده وجود دارد. بنابراین هدف اصلی این کتاب کمک به کارمندان فروش تازه وارد و یادآوری مراحل موفقیت در فروش به مدیران باتجربه است.

با این حال، هرکسی معاملات را به روش‌های مختلفی انجام می‌دهد. بنابراین روند فروش یک فعالیت بنیادی انسانی را در برمی‌گیرد. نیاز به ترغیب کسی درمورد چیزی، به طوریکه هر دو طرف سود ببرند. به همین دلیل است که ما معتقدیم این کتاب نه تنها برای مدیران فروش، بلکه برای همه افراد می‌تواند مفید باشد.

مالکوم اچ. بی. مک‌دونالد

پیتر موریس

فهرست

۱	مقدمه
۵	فصل ۱ - مشکلات مرتبط با فروش
۲۱	فصل ۲ - رسیدن به مشتری
۳۹	فصل ۳ - مصاحبه
۵۳	فصل ۴ - سود فروش
۶۴	فصل ۵ - ایرادات
۷۴	فصل ۶ - بستن قرارداد