

فروشگاه ثروت ساز

The Store of Wealth Creation

نویسنده: احد حیدری - کاپیتان فروش

سرشناسه: حیدری، احد، ۱۳۴۴-

The store of wealth creation = فروشگاه ثروت ساز

نویسنده: احد حیدری، کاپیتان فروش؛ ویراستار: طاهره میرصفی

تهران. انتشارات آوای اوج، ۱۳۹۷.

۱۰۰ س. ۱۴/۵ * ۲۱/۵ س م

۸۷۹-۱۴۰۰/۲۰۰۰-۲۰۰۰

فیپا:

فروشنده:

Selling:

مشتري شناسي:

Customer relations:

موفقیت در کسب و کار:

Success in business:

فروشگاه ها و مغازه ها - مدیریت

Store, Retail - Management:

۱۳۹۷/HF۵۴۳۸ ۲۵/ح ۴

۸۵/۶۵۸

۵۲۷۲۷۷۳

فروشگاه ثروت ساز
نویسنده: احد حیدری
ویراستار: طاهره میرصفیه
مصحح: آرا و طراح جلد: گلشید کفاش
مشاور هنری: پرستو حیدری
ناشر: آوای اوج
شماره: ۱۰۰
نوبت چاپ: چاپ اول
سال چاپ: ۱۳۹۷
شابک: ۸۷۹-۰۰۶-۹۱۳-۹۷-۲

تماس با نویسنده:
www.ahadheydary.com

آنچه در این کتاب خواهید خواند

- ۱۲.....مقدمه
- ۱۸.....در چه مکان و محله‌ای فروشگاه تأسیس کنیم؟
- ۱۸.....دلایل غیرموجه انتخاب محل مغازه
- ۱۹.....تحقیقات اولیه مورد نیاز برای انتخاب محل فروشگاه
- ۲۰.....ریسک تأسیس فروشگاه در مجتمع تازد تأسیس
- ۲۲.....چه نامی برای فروشگاه انتخاب کنیم؟
- ۲۲.....مشخص‌سازی وظیفه اصلی فروشگاه
- ۲۳.....انتخاب نام و حس مناسب
- ۲۴.....جمع‌آوری نظرات و مشورت با صاحبان تجربه
- ۲۷.....نام‌های غیرحرفه‌ای
- ۲۸.....دکوراسیون داخلی
- ۳۰.....نورپردازی و رنگ در دکوراسیون داخلی
- ۳۰.....طراحی داخل و تقسیم‌بندی فضاهای فروشگاه
- ۳۱.....نمایش کالا
- ۳۱.....فضای نگهداری و انبار کالا

۳۲	فضای فروشنده.....
۳۲	فضای مشخص برای مشتری.....
۳۲	میلان در چیدمان داخلی.....
۳۴	ویزگی های فروشنده ی مناسب چیست؟.....
۳۶	آموزش های ضروری.....
۳۶	اصول حرفه ای زبان بدن.....
۳۷	کلام.....
۳۷	لباس.....
۴۱	نحوه ایجاد رابطه انسانی.....
۴۲	آموزش انواع نواصه با مشتریان.....
۴۳	آداب بدرقه.....
۴۶	ترفندهای تأخیر دزدی بر مشتریان.....
۴۶	چه چیزی می فروشید؟.....
۴۷	انواع محصولات و خدمات.....
۴۸	پیروزی در مسابقه، مناسب شدن.....
۴۹	نقشه ذهن مشتریان در زمان خرید.....
۴۹	آشنایی با کارکرد مغز مشتریان.....
۵۲	اصول ارتباط با قسمت راست مغز مشتریان.....
۵۲	قانون ۹۰، نود.....
۵۵	مسابقه میزان عقل و هوش، ممنوع.....
۵۸	کنترل احساسات.....
۶۲	افزایش حجم فروش به مشتریان در حال خرید.....
۶۴	ایجاد انگیزه و وفاداری بیشتر در پرسنل.....
۶۴	استخدام صحیح.....
۶۵	افزایش حقوقی که هدر می رود!.....
۶۶	الگوی تمام عیار فروشندگان خود باشید!.....
۶۷	مکانیزم انگیزشی.....
۶۹	پیشنهاد عالی.....
۷۰	شجاعت در تغییر و اخراج.....
۷۲	اشتباهات و فرصت های تجاری با همسایگان فروشگاه.....

- همسایگان فروشگاه..... ۷۲
- مراحل آشنایی و تبلیغات..... ۷۳
- بیشترین برخورد با مشتریان معترض و شکایتی..... ۷۴
- چرا باید مدیریت اعتراض مشتریان را یاد بگیریم؟..... ۷۴
- آمار ناخوشایند و خطرناک..... ۷۵
- دلایل عدم شکایت افراد معترض..... ۷۷
- مراحل رسیدگی به اعتراض مشتریان..... ۷۹
- دکتر فرشته تروت سزار با در فضای مجازی معرفی کنیم؟..... ۸۲
- روش های بازاریابی اینترنتی..... ۸۳
- پراکندگی شبکه های اجتماعی در ایران..... ۸۵
- رشدی و تحول بازاریابی اینترنتی..... ۸۶
- بازاریابی محتوایی چیست؟..... ۸۶
- چگونه محتوا و تبلیغات را انتخاب کنیم؟..... ۹۰
- چهار مسیر اشتباه در بازاریابی شبکه های اجتماعی..... ۹۱
- افزایش فعالیت مجازی..... ۹۲
- تولید محتوای انفرادی..... ۹۲
- شونده خوب بودن..... ۹۲
- بهترین و بدترین زمان برای پست گذاشتن در شبکه های اجتماعی..... ۹۳
- بهترین حالت نصب دوربین مدار بسته و دوربین..... ۹۵
- الزامات و دستورالعمل های نصب سیستم امنیتی..... ۹۶
- الزامات نصب سیستم اعلام سرقت..... ۹۷
- الزامات نصب سیستم اعلام حریق..... ۹۸
- سیستم مدار بسته..... ۹۸
- راهکارهای افزایش امنیت فیزیکی دوربین مدار بسته..... ۹۹
- دوربین مدار بسته متناسب با فروشگاه..... ۱۰۱
- نوع نگرانی و محدودیت چک..... ۱۰۲

مقدمه:

فروشگاه ثروت سارم:

درورد و شادباش خواننده گرامی

چرا باید این کتاب را حتما و حتی چند بار مطالعه کنید؟

برای به دست آوردن پاسخ این پرسش همین الان یک خودکار برداشته و به تک تک سوالات ذیل پاسخ فرمائید:

چشم های خود را ببندید و تصور نمایید که به عانی، دیگر هیچ مشتری و خریداری وارد فروشگاه شما نمی شود. اکنون چشم ها را باز نموده و پرسشنامه ذیل را پر نمایید:

نام و نام خانوادگی

رشته کاری

تاریخ

۱- هزینه اجاره فروشگاه را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

۲- اقساط خرید فروشگاه را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

۳- حقوق پرسنل را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

۴- اقساط وام بانکی را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

۵- هزینه های منزل را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

۶- مخارج سفر تفریحی را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

۷- هزینه شهریه تحصیل فرزندان را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

۸- مخارج کتربارو (احتمالی) را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

۹- قبوض آب و برق و گاز را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

۱۰- پول اتومبیلی که آرزو دارم بخرم را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

۱۱- وجه خرید لباس برای خود و خانواده را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

۱۲- بعد از مدتی پول غذای روزانه را

☐ می توانم بپردازم ☐ نمی توانم بپردازم

یک خبر عجیب:

نتایج پرسشنامه شما با پرسشنامه مدیرعامل کمپانی های آیداس، اپل، سونی، بنز، کوکاکولا، هاکوپیان، هایپر مارکت ها، هواپیمائی ها، بستنی نعمت و فلافل فروشی سر کوچه ما، یکسان می باشد. بله درست است. حیات حرفه ای و شخصی ما، بستگی به حضور و تداوم نعمتی ارزشمند و گران بها به نام «مشتري» دارد. در این کتاب ما فرا می گیریم، آداب ایجاد، حفظ و افزایش این عنصر حیاتی یعنی «مشتري» را.