



سرشناسه

: بورتویک، درک

Derek Borthwick

عنوان و نام پدیدآور

: ذهنیت فروش/[درک بورتویک]؛ مترجم علیرضا مزیدی.

مشخصات نشر

: تهران: سنجش و دانش، ۱۴۰۱.

مشخصات ظاهری

: ۲۴۹ ص.

شابک

: ۹۷۸-۶۲۲-۰۵-۲۹۴۴-۶ ریل ۲۵۰۰۰۰

وضعیت فهرست نویسی

: فیا

یادداشت

: عنوان اصلی: Inside the mind of sales: how to understand the mind & sell anything

: anything, ۲۰۲۰.

یادداشت

: کتابنامه: ص. ۲۳۸ - ۲۴۳؛ همچنین به صورت زیر نویس.

موضوع

: فروش و داس

Selling

شناسه افزوده

: مزیدی، علیرضا، مترجم

رده بندی کنگره

: ۲۵/۵۴۳۸HF

رده بندی دیویی

: ۸۵/۶۵۸

شماره کتابشناسی ملی

: ۸۸۰۴۳۷۳

اطلاعات رگورد کتابشناسی

: فیا

عنوان: ذهنیت فروش	www.sanjesh.ir sanjeshodanesh@iran.ir قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال
مؤلف: علیرضا مزیدی	
ناشر: سنجش و دانش	
نوبت چاپ: چاپ اول - ۱۴۰۰	
تیراژ: ۳۰ نسخه	
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۵-۲۹۴۴-۶	
نشانی: میدان انقلاب، خیابان انقلاب، خیابان دانشگاه، پلاک ۱۲۶، تلفن: ۰۲۱۶۱۲۶	
«کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد.»»	

فهرست مطالب

۱۳	بخش اول
۱۳	بخش دوم
۱۶	بخش یک
۱۶	مدفن رازها
۱۷	فصل یک
۱۷	قاب گرفتن دوباره عکس
۱۸	قاب گرفتن دوباره عکس
۱۸	تعریف من از فروش
۲۰	آموختن فرآیند یادگیری
۲۰	بهبود سطح آگاهی
۲۰	آموختن فرآیند یادگیری
۲۰	ضمیر خودآگاه
۲۱	ضمیر ناخودآگاه
۲۱	چهار مرحله یادگیری
۲۲	الهام از پروسه تشخیص جنسیت تخم مرغ ها
۲۳	فصل دوم
۲۳	ابر رایانه
۲۴	سه نوع مغز
۲۴	شناخت نظریه "مغزهای سه گانه"
۲۵	شناسایی یک دزد دریایی
۲۶	شناخت مغز خرنده
۲۷	کار با خرنده و شامپانه
۲۸	یادگیری تجارت
۳۰	فصل سوم

۳۰	پیش به سوی واقعیت
۳۱	چهار عنصر جادویی
۳۲	واقعیت چیست؟
۳۲	واقعیت دارد یا نه؟
۳۳	فیلتر بزرگ
۳۴	پانک راک دهه ۷۰
۳۶	ماشین های پیش گو
۳۷	پیدا کردن بعلاوه(+)
۳۸	مقایسه و تضاد(کنتراست)
۴۰	نقشه سازی
۴۱	دو نقشه از واقعیت
۴۲	یادآوری بصری
۴۲	یادآوری احساسی
۴۳	یادآوری شنیداری
۴۳	یادآوری چشایی
۴۳	یادآوری از طریق حس بویایی
۴۴	نقشه شخصی از واقعیت
۴۵	محدودیت های حواس ما
۴۶	شناخت سیستم های باز نمودی
۴۸	آگاهی محدود
۴۹	گوش دادن
۴۹	تکنیک اکو
۵۱	یادگیری از طریق تماشا کردن
۵۱	الگوهای خوشه ای
۵۱	الگوهای افراد دیداری
۵۲	الگوهای افراد لمسی
۵۲	چگونه با سبک های مختلف ارتباط بگیریم؟
۵۵	فصل چهارم
۵۵	قدرت باور
۵۶	باور و دارونما
۵۷	داستان باور نکردنی
۵۹	باور مقدم بر زنتیک
۶۰	تاثیر عمل ساختگی
۶۱	غلبه بر سم

۶۲	تأثیر باور بر دیگران
۶۴	قدرت انگیزه و تمرکز
۶۴	قدرت انگیزه
۶۶	قدرت تمرکز
۶۷	داستان کریس و فروش
۶۸	فصل پنجم
۶۸	کنترل وضعیت
۶۹	رازهای کنترل وضعیت
۶۹	در قلب ماجرا
۷۰	ارتباط بین فیزیولوژی و روانشناسی
۷۱	تغییر وضعیت
۷۳	کنترل وضعیت
۷۴	نکاتی برای تمرین
۷۴	راه میان بر
۷۷	تحریک حس چشایی
۷۷	شرطی سازی باولفی
۷۸	لنگر ادی
۷۸	لنگر قدرتمند شخصی شما
۷۹	واقعی یا خیالی
۸۰	تصور موفقیت
۸۱	بسیکیتال برتر
۸۱	چرا عصبی می شویم؟
۸۳	چگونه اعصاب را کنترل کنیم؟
۸۳	یک نفس هوای تازه
۸۳	دیدن همه چیز
۸۴	صحبت کردن با خودتان
۸۵	ضمیمه الفبا
۸۶	فصل ششم
۸۶	ارتباط
۸۷	آونگ های متحرک
۸۷	همگام سازی
۸۸	خلق سازگاری
۸۹	سازگاری درونی
۹۰	سازگاری فیزیکی

پیشگفتار

"اگر می‌خواهید فروشنده بزرگی شوید، باید بیشتر بدانید."

کتاب پیش‌رو، کتابی است که همیشه خواستار نوشتن آن بودم. در تمام سی سال فروشنده‌گی‌ام، دوره‌های آموزشی زیادی را گذرانده‌ام، کتاب‌های بسیاری خوانده‌ام و چیزهای بسیار زیادی آموخته‌ام.

با همه این‌ها، همواره چیزی کم بود. مانند قطعه‌ای گم‌شده در یک پازل. تصمیم گرفتم که آن قطعه گم‌شده را بیابم و پازل را کامل کنم. این پژوهش مرا بر آن داشت، تا به بررسی اصول علمی متقاعدسازی و تاثیر گذاشتن بر دیگران بپردازم. در این مسیر، هیپنوتیزم و برنامه‌ریزی عصبی-زبانی^۱، که نرم‌افزاری برای ذهن است، را بررسی کرده‌ام. با این مطالعات به درک عمیق‌تری از چگونگی ارتباط برقرار کردن، تفکر و سیستم پردازش بشر دست یافتم.

در این کتاب، رازهایی را که یافته‌ام و چیزهایی که برای من مفید بوده را با شما در میان خواهم گذاشت. از زمانی که کار فروش را شروع کردم، برایم سوال بود که چرا بعضی افراد موفق می‌شوند ولی عده‌ای ناکام می‌مانند. این مساله منجر به علاقمندی من به رفتار انسان و این که چه چیزی افراد را برمی‌انگیزاند و چرا آن‌ها این‌گونه رفتار می‌کنند، شد. دریافتم که رازهای فروش موفق، چیزی فراتر از شگردها و فرایندهای اصول فروش است و ترکیبی از چند رشته است.

در این راه، بسیاری از کارها را به طور طبیعی درست انجام داده بودم اما چیزهایی هم وجود داشت که از قلم افتاده بود و از آن‌ها آگاه نبودم. در این مسیر دریافتم که بسیاری از کارهایی را که انجام می‌دهیم در سطح ناخودآگاه اتفاق می‌افتد. من بسیاری از این رازها را با گذشت زمان آموختم و فکر می‌کردم دیگران

^۱ NLP (neuro linguistic programming)

نیز این‌گونه هستند اما بعد از صحبت با دیگران متوجه شدم که این‌گونه نیست. به همین خاطر متوجه شدم که لازم است این اطلاعات را با دیگران به اشتراک بگذارم.

بسیاری از آموزش‌هایی که از قبل آموخته بودم بر فرآیند یادگیری خودآگاه متمرکز بودند. اما در خارج از آگاهی ما چیزهای بیشتری در جریان است که بر تصمیمات، انتخاب‌ها و رفتارهای ما حاکم است. این مساله مرا به مطالعه عمیقی درباره نحوه کارکرد مغز، ذهن و سیستم عصبی سوق داد. در جریان پژوهش، متوجه شدم فروش موفق به مهارت‌هایی چون ارتباطات قوی و آگاهی هوشمندانه نیاز دارد.

آغاز داستان در میانه دهه ۸۰ هنگامی که به یک جلسه هیپنوتیزم رفته بودم، شروع شد. هیپنوتیزوری به دانشگاه شفیلد^۱، جایی که در آن تدریس می‌کردم، آمده بود. من بسیار کنجکاو بودم پس به همراه شاگردانم بلیط گرفتیم و به جلسه رفتیم. من مجذوب نمایش شدم و بعد از آن به قدرت ذهن پی بردم. چگونه فردی قادر به مجاب کردن دیگران برای انجام چنین کارهای غیر معمولی است؟ به محض پایان نمایش، بلافاصله به سمت هیپنوتیزور رفتم و از او پرسیدم که چگونه این کارها را انجام می‌دهد. متأسفانه جواب درستی نگرفتم، اما آن کشش در وجود من ماندگار شد و مرا مصمم به انجام تحقیق در رابطه با چرایی و چگونگی هیپنوتیزم و آنچه می‌توانیم از آن بیاموزیم کرد.

این تحقیقات، مرا به دنیای هیپنوتیزم بالینی، هیپنوتیزم نمایشی، برنامه ریزی عصبی زبانی (NLP)، علوم اعصاب، و دنیای مقاعدسازی و تأثیرگذاری کشاند. ترکیب این رشته‌ها، همراه با رویکردهای سنتی فروش و تجربه‌های فراوان خودم، موجب شد روش بسیار ارزنده‌ای را پایه‌گذاری کنم. این روش‌ها و فرآیندها بسیار قدرتمند و کارآمد هستند. آنها به معنای واقعی کلمه رویکرد شما به فروش را تغییر

^۱ Sheffield

خواهند داد. پیروی از اصول این کتاب موفقیت شما را نه تنها در فروش، بلکه در روابط شخصی، خانوادگی و صمیمی شما تضمین می کند.

من عمیقاً معتقدم که این کتاب رویکردی جامع برای فروش ارائه می دهد و ممکن است تنها کتابی باشد که شما برای همیشه به آن نیاز خواهید داشت.

نحوه استفاده از کتاب

این کتاب به دو بخش تقسیم شده است.

بخش اول

قسمت اول نحوه عملکرد مغز، سیستم عصبی و ذهن را پوشش می دهد. این راز واقعی موفقیت در فروش و هر نوع ارتباطی است. این بخشی است که همه رازها در آن نهفته است. در صورت نیاز به این قسمت بازگردید.

بخش دوم

بخش دوم یک رویکرد نظام مند و گام به گام تا پایان فروش را ارائه می دهد. این بخش به شما یک چارچوب و مراحل را می دهد که باید دنبال کنید، و وقتی با اطلاعات بخش اول ترکیب شود، بسته کاملی از نحوه تسلط بر فروش و ارتباطات را ارائه می دهد.

جمع کل، از جمع تک تک اجزاء بزرگتر است.^۳

مجموع دو بخش کتاب شیوه‌ای بسیار قدرتمند، موثر و آسان را برایتان فراهم می کند تا درمهارت‌های ارتباطی و فروش مسلط، متقاعدکننده و موفق باشید.

^۳ «تفکر کل نگر» یا به اختصار «کل نگر» مهارت‌هایی از جزئیات و دیدن تصویر بزرگ‌تر است. این مهارت کمک می کند به جای غرق شدن در جزئیات، به کل سیستم و روابط اصلی شکل دهنده «رفتار سیستم» توجه کنیم. در نگاه سیستمی، اگرچه کل سیستم از اجزائی تشکیل شده است، «کل» چیزی بیشتر از جمع اجزاء دارد، فهم رابطه بین «کل» و «جزء» نقش مهمی در شکل‌گیری تفکر سیستمی دارد (مترجم)