

۱۱۹۵۷۷
۲۸ رار ۱۶

معجزه‌ای در بازاریابی و فروش

تألیف:

سحر سلمان

www.ketab.ir



انتشارات آرون

سرشناسه	: سلمان، سحر، ۱۳۶۱
عنوان و نام پدیدآور	: معجزه‌های در بازاریابی و فروش / مؤلف: سحر سلمان
مشخصات نشر	: تهران، آرون، ۱۳۹۴
مشخصات ظاهری	: ۲۱۶ ص.
شابک	: ۵ - ۳۵۲ - ۲۳۱ - ۹۶۴ - ۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: مدیریت فروش
رده‌بندی کتاب	: ۱۳۹۴ م ۶ س ۸ / HF۵۴۱۵
رده‌بندی یوبی	: ۶۵۸/۸
شماره کتاب‌شناسی ملی	: ۴۱۶۵۳۱۷



انتشارات آرون

معجزه‌های در بازاریابی و فروش

مؤلف: سحر سلمان

ناشر: انتشارات آرون

چاپ اول: ۱۳۹۵

تیراژ: ۱۵۰۰ نسخه

۱۸۰۰۰ تومان

فهرست

۱۱	مقدمه
۱۵	فصل اول: بازاریابی
۱۵	بازاریابی چیست؟
۱۶	تعریف بازاریابی
۱۶	بازاریابی و نظرات مردم تأثیر یکدیگر را چند برابر می کنند
۱۷	بازاریابی و برند شما
۱۷	بازار هدف چیست؟
۱۸	هدف کسب و کار
۱۸	کیفیت به عنوان راهبرد بازاریابی
۱۹	محصول چیست؟
۲۷	مشتریان چه احساسی درباره شما دارند؟
۲۷	جذب مشتری
۲۸	بازاریابی چگونه موجب سودآوری می شود؟
۲۸	ترکیب بازاریابی
۳۲	محیط اطرافتان را استادانه اداره کنید
۳۴	قانون ۸۰/۲۰ را در همه موارد پیاده کنید

- ۳۶ تمرین عملی
- ۳۶ دست‌یابی به مزیت رقابتی
- ۳۷ تکرار قانون ۲۰/۸۰
- ۳۷ منحصر به فرد و متفاوت بودن
- ۳۸ پیشنهاد فروش ویژه
- ۳۹ ایده‌های خلاقانه تبلیغاتی
- ۳۹ ایده تبلیغی چیست و چرا به آن نیاز است؟
- ۴۰ ایده بزرگ
- ۴۰ مرتبه و پیرمنتظره - باید هر دو را انجام دهید
- ۴۰ غیرمنتظره
- ۴۰ مرتبط
- ۴۱ چگونه ایده‌ها را ارزیابی کنید
- ۴۱ از دل و جان به بازاریابی بپردازید
- ۴۲ فنون انحراف و انصراف بازاریابی
- ۴۳ رقبایان را وسوسه نکنید
- ۴۴ نقشه‌های خود را محرمانه نگه دارید
- ۴۵ حواس رقبایان را پرت کنید
- ۴۶ در برابر هر مشتری روش آموزشی را به کار ببرید
- ۴۶ توضیحی ارائه دهید
- ۴۷ از مشتری سؤال کنید
- ۴۸ تمرینات عملی
- ۴۸ اصل هدف
- ۴۹ اصل حمله
- ۴۹ اصل تمرکز
- ۴۹ اصل مانور
- ۵۰ اصل فعالیت‌های هماهنگی
- ۵۱ اصل غافلگیری
- ۵۱ اصل بهره‌برداری
- ۵۱ به چه کسی خدمات می‌دهید؟ تقسیم‌بندی بازار
- ۵۲ قیمت‌ها را با مهارت بررسی کنید
- ۵۴ بحث‌های بی‌مورد بر روی قیمت باعث متلاشی شدن معامله می‌گردد

۵۶	تمرین عملی
۵۷	رضایت مشتری چیست؟
۵۷	رضایت مشتری چه اثری در کسب و کار یک عرضه کننده دارد؟
۵۸	۸ روش برای بهتر کردن بخش خدمات به مشتریان
۶۱	مفاهیم CRM
۶۲	قابلیت مهم CRM
۶۷	۷ رمز موفقیت را به کار ببندید
۶۹	تحلیل رقابتی
۷۰	رقبای خود را شناسایی کنید
۷۰	چرا باید فوراً سنده خود را تغییر دهند؟
۷۱	رقابت شما در چیست؟
۷۱	با فرضیات خود مقابله کنید
۷۲	چه کسی رقیب شماست؟
۷۴	فصل دوم: انواع ارتباطات بازاریابی
۷۴	بازاریابی واکنش مستقیم
۷۶	بازاریابی بانک اطلاعاتی
۷۷	بازاریابی سببی
۷۸	بازاریابی مناسبتی
۷۸	بازاریابی رخصتی
۷۹	بازاریابی آنلاین
۷۹	کم هزینه، بسیار هدفمند، جهانی، فعال
۸۰	بازاریابی ذره‌ای
۸۰	بازاریابی چریکی
۸۱	بازاریابی یکپارچه
۸۲	فصل سوم: مبانی ارتباط با مشتری
۸۲	فروش
۸۲	بازاریابی و اهمیت آن
۸۳	اهمیت مشتری
۸۳	نحوه برخورد با مشتری

- ۸۴ شناخت مشتری
- ۸۵ جذب مشتری
- ۸۵ شناخت نیازهای مشتریان
- ۸۷ حفظ مشتری
- ۸۸ موفقیت در فروش
- ۸۸ استفاده از تلفن
- ۸۹ برنامه‌ریزی ملاقات با مشتریان
- ۹۰ رضایت مشتری
- ۹۰ رعایت مشتری چه اثری در کسب و کار یک عرضه‌کننده دارد؟
- ۹۱ نحوه معرفی کالا
- ۹۲ راه برای تبدیل شدن به یک بازاریاب موفق

فصل چهارم: طرح‌ریزی روش‌های موفق

- ۹۳ اصول شش‌گانه فروشندگان
- ۹۷ ظاهر شما به عنوان یک فروشنده چه چیزی شبیه است؟
- ۹۸ فنون سازماندهی
- ۹۹ گزارشات را خوب، ثبت کنید

فصل پنجم: اهمیت نخستین تأثیری که بر مردم می‌گذارد

- ۱۰۱ اهمیت زبان رفتار در اولین برخورد
- ۱۰۲ نقش لحن کلام در زبان رفتار
- ۱۰۲ ارتباط یک خیابان دو طرفه است. اطلاعات هم باید مبادله شود
- ۱۰۳ چه کنیم تا دیگران به خوبی ما را درک کنند؟
- ۱۰۳ چه کنیم تا دیگران را به خوبی درک کنیم؟

فصل ششم: نظم و انضباط شخصی و فروش

- ۱۰۴ موفقیت یا شکست در کسب و کار
- ۱۰۵ ضرورت فروش
- ۱۰۶ بر ترس طرد شدن غلبه کنید
- ۱۰۷ زمان رویارویی با مشتریان اصلی و احتمالی را افزایش دهید
- ۱۰۷ مثبت نگاه کنید و مثبت‌اندیش باشید

۱۰۸	چگونه درآمدها را از فروش دو برابر کنید
۱۰۸	فعالیت‌های مربوط به فروش را کنترل کنید
۱۰۹	تناسب‌هایتان را بهبود بخشید
۱۰۹	کلیدهای موفقیت در فروش
۱۱۰	زود شروع کنید
۱۱۰	استانداردهای بالاتری برای خود قرار دهید
۱۱۱	مهارت‌های فروش، اکتسابی است
۱۱۳	فصل هفتم: روان‌شناسی فروش
۱۱۴	فروشنده‌ها چگونه ساختار و شکل دهنده‌اند
۱۱۴	بهترین شرکت‌ها
۱۱۵	درآمد بالا و امنیت شغلی
۱۱۶	چرا مردم خرید می‌کنند
۱۱۶	انگیزه اولیه
۱۱۷	بیشترین ارزش
۱۱۷	هرچه بیشتر، بهتر
۱۱۷	ارزش‌های احساسی و عاطفی
۱۱۸	قیمت و کیفیت
۱۱۸	شناسایی نیازها
۱۱۸	آنچه هست در برابر آنچه انجام می‌دهد
۱۱۹	دو انگیزه عمده
۱۱۹	هر دو را مطرح سازید
۱۲۰	آیا می‌توان شما را باور کرد
۱۲۰	تصمیمات مربوط به خرید احساسی هستند
۱۲۰	مردم با احساس تصمیم می‌گیرند و بعد با منطق این تصمیم را توجیه می‌نمایند
۱۲۱	میل به خرید را افزایش دهید
۱۲۱	ترس از ضرر کردن را کاهش دهید
۱۲۱	تقاضای مهلت برای فکر کردن
۱۲۲	روی ارزش متمرکز شوید
۱۲۲	فروش به واحدهای صنفی کوچک
۱۲۳	فروش به واحدهای صنفی خرده‌فروش

- ۱۲۳ فروش به مؤسسات تجاری بزرگ‌تر
- ۱۲۳ توضیح دهید چرا کیفیت شما مهم است
- ۱۲۴ مناسب بودن مقدم بر همه چیز
- ۱۲۴ به مشتری توجه کنید
- ۱۲۵ چهار جنبه اساسی برای فروش استراتژیک
- ۱۲۷ اقدام به تحلیل بازار کنید
- ۱۲۸ آپل و مایکروسافت
- ۱۲۸ استراتژی متفاوت
- ۱۲۸ چهار و نای می‌توانند مسئله‌ساز شوند
- ۱۲۹ مزیت رقابتی شما کدام است؟
- ۱۲۹ کاری کنید که محصولات شما به طریقی ویژه باشد
- ۱۲۹ بهترین پای خود را به سو بگذارید
- ۱۳۰ چه کسانی مشتری نیستند؟
- ۱۳۰ چرا خرید نمی‌کنند؟
- ۱۳۱ چه زمانی مشتریان شما خرید می‌کنند؟
- ۱۳۱ چه عاملی میل به خرید را ایجاد می‌کند؟
- ۱۳۲ قرار ملاقات بیشتر
- ۱۳۲ می‌توانید هر مهارتی را بیاموزید
- ۱۳۳ فرایند مشتری‌یابی
- ۱۳۳ قرار ملاقات را بفروشید، نه محصول را
- ۱۳۳ تلفنی فروش نکنید
- ۱۳۴ رو در رو با مشتری
- ۱۳۵ مشتری‌یابی از طریق تلفن را بهبود بخشید
- ۱۳۶ ابتکار عمل را در دست داشته باشید
- ۱۳۶ ایستاده صحبت نکنید
- ۱۳۷ به کالای خود احترام بگذارید
- ۱۳۷ گونه‌های شخصیتی خریدار
- ۱۴۳ ایجاد شخصیت قدرتمند فروش
- ۱۴۳ آماده تلاش باشید
- ۱۴۴ وقت خود را تلف نکنید
- ۱۴۴ زمان خود را به خوبی برنامه‌ریزی کنید

۱۴۴	بر توانایی کسب درآمد خود بیفزایی
۱۴۵	علت مقاومت در برابر قیمت
۱۴۵	به قیمت‌های خود افتخار کنید
۱۴۵	کاستن از مقاومت در برابر قیمت
۱۴۶	قیمت‌های‌تان را با قیمت‌های رقبای خود مقایسه کنید
۱۴۶	سیب را با سیب مقایسه کنید
۱۴۷	طول عمر کالا را در نظر بگیرید
۱۴۷	کار و کاسبی تعریفی ندارد
۱۴۷	هر قدر پول دهید کالا می‌برید
۱۴۸	قطعی کردن فروش
۱۴۸	شش شرط مهم برای خرید کردن فروش
۱۴۹	بعد از درخواست دایی کردن فروش سکوت کنید
۱۵۰	موانع دیگری بر سر راه نهایی کردن فروش
۱۵۱	نهایی شدن فروش را تصور کنید
۱۵۱	نهایی کردن به روش زاویه تیز
۱۵۲	موفقیت در قطعی کردن فروش
۱۵۲	آمادگی برای قبول سفارش
۱۵۲	برخورد با مقاومت در برابر قیمت
۱۵۳	نکاتی که درباره قیمت باید آن را رعایت کنید
۱۵۴	از دست دادن فروش
۱۵۵	قیمت تا چه اندازه مهم است؟
۱۵۶	فصل هشتم: همیشه شما در تعقیب مشتری هستید یا مشتری در تعقیب شما؟
۱۵۶	اگر مشتری برای خرید بعدی با شما تماس نمی‌گیرد، مقصر کیست؟
۱۵۷	۳/۵ روش زیر را در پیش بگیرید تا همه این مشکلات حل شود:
۱۵۷	نکته مهم
۱۵۸	بهترین راه دستیابی به یک فروش موفق چیست؟
۱۵۹	بزرگ‌ترین اشتباه‌های فروشندگان چیست؟
۱۶۱	تبلیغات
۱۶۱	ارتباط
۱۶۳	تبلیغات

فصل نهم: چنان رفتار کنید گویی شکستی در کار نیست

۱۶۴ هفت رمز موفقیت در فروش را تمرین کنید

۱۶۵ با تمام وجود فروش کنید

۱۶۷ یک فروشنده حرفه‌ای باشید

۱۶۸ اصول را رعایت کنید

۱۷۱ الگویی برای فروش

۱۷۱ کاری کنید که خریدار به حرفتان گوش بدهد

۱۷۲ مشتری را علاقه‌مند کنید

۱۷۲ میل به خرید را در خریدار بالقوه ایجاد کنید

۱۷۳ قطعی کردن فروش

فصل دهم: مسامحه نکنید - تمام را کنار بگذارید

۱۷۴ برنامه‌ریزی ذهنی

۱۷۵ انجام دادن کارهای بزرگ‌تر

۱۷۵ روش برش سلامی

۱۷۶ احساسی از اضطراب ایجاد کنید

فصل یازدهم: تمرکز روی احساسات

فصل دوازدهم: عادت چیست؟

فصل سیزدهم: مخلوقات عادت

۲۰۳ جادوی تان را پیدا کنید: نیروی چرای تان را

۲۰۶ چرای انجام هر کاری ممکن است

۲۰۷ شش استراتژی برای ایجاد عادت‌های خوب

۲۰۸ به خدمت گرفتن اثر مرکب

منابع و مآخذ

۲۱۵

مقدمه

در سال‌های اخیر با بسیاری از فروشندگان کار کرده‌ام و همچنین در مورد نمایندگانی مختلف فروش که به اوج قله حرفه‌ای خود دست یافته‌اند بسیار اندیشه‌ام و وقت خود را در اندیشیدن و کار کردن با این اشخاص صرف کرده‌ام و فکر می‌کنم به نتایج مهمی درباره آنها دست یافته‌ام.

به نظر می‌رسد این فروشندگان که موفق هستند در کارهای خود بیشتر از فروشندگان عادی درباره ترفند نهایی فروش و بازاریابی اطلاعات دارند. آنان فهمیده‌اند که فروش تنها (بازی اعداد) نیست. فروشندگان موفق، کنار فروشندگانی که در با شما شناختی کامل از نسبت‌های خودشان آغاز می‌کنند. آنهایی که در پی شناختی غریبی از روش‌های متعددی استفاده می‌کنند می‌توانند از طریق آن نسبت‌ها ترقی نمایند. فروشندگان و بازاریابان موفق خوب می‌دانند که چگونه با استفاده از بهترین روش‌ها غریبه‌ها را به مشتریان احتمالی و مشتریان احتمالی را به مشتریان واقعی و وفادار تبدیل کنند.

هدف این کتاب این است که نقطه‌نظرها، راهکارها و شیوه‌هایی را در اختیارتان قرار دهد تا به کمک آنها فروش خود را بلافاصله و سریع‌تر و راحت‌تر از هر زمانی افزایش بدهید.

این کتاب به شما کمک می‌کند تا از خود بهره‌برداری بیشتری کنید و بیشتر از حدی که

تاکنون امکان‌پذیر بودنش را تصور می‌کردید فروش کنید، می‌آموزید که چگونه در مدت چند ماه یا حتی چند هفته درآمد خود را به دو، سه و حتی چهار برابر افزایش دهید.

دیگر پول، الماس یا نفت کمیاب‌ترین منابع روی زمین نیستند بلکه کمیاب‌ترین منبع توجه است. امروزه همه نیازمند مورد توجه قرار گرفتن هستند به طوری که بزرگ‌ترین مشکل فعالیت بازاریابی کمبود توجه است.

حجم تبلیغات چنان زیاد است که مورد توجه قرار گرفتن در رسانه‌ها بسیار مشکل شده است. با توجه به تحقیقات انجام شده در فعالیت‌های مختلف، هر ایرانی به طور متوسط ۲۰۰ تا ۵۰۰۰ پیام تبلیغاتی است. میزان تبلیغاتی که در یک روز می‌بینیم مادل یک ماه تبلیغاتی است که نسل قبل از ما با آن مواجه می‌شدند.

شما در صورت رندگی، بخش قابل توجهی از عمر خود را صرف تماشای آگهی‌های تبلیغاتی می‌کنید البته به بیاری از این آگهی‌ها توجهی نمی‌شود و درصد کمی مورد توجه قرار می‌گیرند (حتی اگر تیرسی به انداز ذهن شما شود، باید با حدود ۴۵ تا ۵۰ هزار فکر درون ذهنتان رقابت کند).

زمانی عالی برای زنده بودن و کار کردن در حرفه فروش است، بدون توجه به فراز و نشیب‌های اقتصادی و یا تغییرات موقتی در صنعت. هرگز فرصتی بهتر از این برای دست یافتن به هدف‌هایتان وجود نداشته است. هرگز فرصتی بهتر از این نداشته‌اید تا سطح زندگی خود را بالا ببرید، امروزه بیشتر از هر زمانی می‌توانید کارها و خدمات خود را در بازار بفروشید، از اینها که بگذریم، وقتی پیوسته بر مهارت‌های خود موفقت شما در ماه‌ها و سالهای آینده بهتر و بهتر می‌شود. خودتان را بیشتر دوست داشته باشید، بهتر کار می‌کنید، هر چه بهتر کار کنید خودتان را بیشتر دوست می‌دارید، اینها هر کدام یکدیگر را تقویت می‌کنند.

هر چه خودتان را دوست بدارید هدف‌ها و معیارهای بلندتری را برای خود در نظر می‌گیرید و به توانمندی خود برای موفق شدن، اعتماد بیشتری می‌کنید و بهتر می‌توانید با ناملایمات و دشواری‌ها برخورد کنید. بنابراین نقطه شروع برای رسیدن به موفقیت در فروش این است که مانند فروشندگان و بازاریاب‌های بزرگ فکر کنید. مانند فروشندگان بزرگ فکر کنید خوش‌بین‌تر و خلاق‌تر می‌شوید، وقتی با ذهنیت فروشندگانی موفق آشنا

شوید و این ذهنیت را عملاً در خود ایجاد نمودید زندگی شما متحول می شود و خورشید بر آسمان زندگی تان می درخشد.

تولید، کالا و خدمات بدون فروش، مرگ تولید و کالا و خدمات است. اما نکته دیگر محجور بودن و گاهی بدنام بودن رشته فروش، کسب و کار و فروشنده است که در ذهن برخی موجود است. یا در امر تبلیغ، بعضی تصور دارند که تبلیغ در خدمت جنس بنجل و تقلبی است و به نقش تبلیغات سالم که اطلاع رسانی همراه با خوشایندسازی است باور ندارند و این نگرش که از جهتی درست و از جهتی نادرست است به امر فروش و فرهنگ فروش که یکی از مهمترین موضوعات رشته های زندگی ماست لطمه وارد کرده است.

شب و روز به ندرت اتفاق می افتد که ما در حال خرید و فروش نباشیم، ما همه فروشنده هستیم. بعضی کالا بعضی خدمات و بعضی فکر می فروشیم.

در واقع ما همه به یک بی فروشنده هستیم مهارت های فروش و روان شناسی فروش امری آموزشی و پرورشی است و همه می توانند آن را فراگیرند و مانند هر مهارتی از فواید آن استفاده کنند و زندگی کاری و خانوادگی خود را دگرگون کنند و به موقعیت های شغلی نائل آیند.