



**روان‌شناسی فروش**  
**برای نمایندگان فروش**

دکتر غلامحسین عدالتی

عدالتی، غلامحسین، ۱۳۴۰ -

روان شناسی فروش برای نمایندگان فروش / مؤلف غلامحسین عدالتی، - - تبریز : غلامحسین عدالتی، ۱۳۸۳.

۱۷۵ ص. : مصور.

ISBN : 964-06-6293-3 : ۱۸۵۰ تومان

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

۱. فروشنده - - جنبه های روانشناسی . الف . عنوان.

۳۸۱/۰۱۹

HF ۵۴۳۸/۸/۹۴۴

۴۰۴۴۷ - ۸۳ م

کتابخانه ملی ایران

نام کتاب : روان شناسی فروش برای نمایندگان فروش

مؤلف : دکتر غلامحسین عدالتی

ناشر : مؤلف با همکاری معاونت فرهنگی شرکت کاشی طوس

نوبت چاپ : چاپ اول - ۱۳۸۳

تیراژ : ۳۰۰۰ جلد

ISBN : 964-06-6293-3

شابک : ۹۶۴-۰۶-۶۲۹۳-۳

محل نشر : مشهد - لیتو گرافی و چاپ : شرکت چاپ و نشر نوین شرق

تلفن : ۷-۵۴۱۳۱۳۵

قیمت : ۱۸۵۰ تومان

مرکز پخش کتاب : ۰۹۱۴۳۱۳۳۴۰۹

استفاده از مطالب با ذکر منبع بلامانع است.

همه حقوق برای صاحب امتیاز محفوظ است.

عصر اطلاعات و ارتباطات برای شرکتها رسالت جدیدی را تعیین کرده است که از آن به نام رسالت اجتماعی یاد می شود. شرکتها در رسالت جدید خود فراتر از نقش سازمانی خود ظاهر شده و در تعامل با اجتماع تلاش می کنند. علاوه بر اطلاع رسانی به موقع، شناخت بازار و انجام تحقیقات بازار، روی دانایی و آگاهی جامعه سرمایه گذاری کنند. چون هر چه ظرفیتهای یادگیری جامعه ای ارتقاء می یابد، کار و زندگی در آن جامعه بهتر و مطلوب تر انجام می گیرد.

معاونت فرهنگی شرکت کاشی طوس به منظور کسب سرمایه معنوی تلاش دارد با گزینش و چاپ کتابهای مفید برای شهروندان، شرکتها، نمایندگان فروش و در نهایت نسل جوان گامهایی را در این راستا بردارد. لازم می دانم از کلیه دست اندرکاران بخصوص مشاور محترم منابع انسانی و رفتار سازمانی کاشی طوس جناب آقای دکتر عدالتی که یاریگر ما بوده اند تشکر نمایم.

مهندس توکلی فرد

مدیر عامل شرکت کاشی طوس

# فهرست

|    |                      |
|----|----------------------|
| ۱  | خردمندانه کار کردن   |
| ۲  | بزرگترین سرمایه      |
| ۳  | تفاوت                |
| ۴  | فروشنده کارآمد       |
| ۵  | هدفمندی در فروش      |
| ۶  | چرا مشتریان می‌روند؟ |
| ۷  | مهمترین درس فروشندگی |
| ۸  | فروشنده موفق         |
| ۹  | چرا می‌خواهد؟        |
| ۱۰ | دو چیز با ارزش       |
| ۱۱ | راه حل               |
| ۱۲ | نیاز مشتری چیست؟     |
| ۱۳ | مشتری راضی           |
| ۱۴ | راه‌های شناخت مشتری  |
| ۱۵ | مشتری دائمی          |
| ۱۶ | خانه و فروش          |
| ۱۷ | فروشنده خوب          |
| ۱۸ | کی بشنوم؟            |
| ۱۹ | انتظار               |
| ۲۰ | بدن حرف می‌زند       |
| ۲۱ | پیش بینی             |
| ۲۲ | چشم و گوش            |
| ۲۳ | احوالپرسی            |
| ۲۴ | مشتری به دنبال چیست؟ |
| ۲۵ | دو قانون             |
| ۲۶ | راز فروش             |
| ۲۷ | زبان مشتری           |
| ۲۸ | مشتری شاد            |
| ۲۹ | قدرت یک لبخند        |

|    |                         |
|----|-------------------------|
| ۳۰ | بگو تا بگویم.....       |
| ۳۱ | وقتی.....               |
| ۳۲ | آزار روح.....           |
| ۳۳ | عاشق.....               |
| ۳۴ | حتی اگر.....            |
| ۳۵ | رکاب زدن.....           |
| ۳۶ | فروش بیشتر.....         |
| ۳۷ | سه راضی.....            |
| ۳۸ | عبادت.....              |
| ۳۹ | به فکر مشتری بودن.....  |
| ۴۰ | فقط به خاطر مشتری.....  |
| ۴۱ | حساب بانکی.....         |
| ۴۲ | مشتری برخورد.....       |
| ۴۳ | احترام به مشتری.....    |
| ۴۴ | بهترین دوست.....        |
| ۴۵ | فقط.....                |
| ۴۶ | علم و هنر.....          |
| ۴۷ | خادم یا آقا.....        |
| ۴۸ | قیافه های مختلف.....    |
| ۴۹ | نیم دیگر.....           |
| ۵۰ | طرز ارائه.....          |
| ۵۱ | کالا یا برخورد.....     |
| ۵۲ | برخورد از نوع عالی..... |
| ۵۳ | زاویه دید مشتری.....    |
| ۵۴ | سه اصل کارساز.....      |
| ۵۵ | نگاه غریبانه.....       |
| ۵۶ | هیچ برخوردی.....        |
| ۵۷ | دوست جدید.....          |
| ۵۸ | فروشنده کلافه.....      |
| ۵۹ | فروش بد.....            |
| ۶۰ | شانس.....               |
| ۶۱ | فروشنده ی عاشق.....     |

|    |                                |
|----|--------------------------------|
| ۶۲ | دعای مشتری.....                |
| ۶۳ | رقیب یا دوست.....              |
| ۶۴ | سریع اقدام کنید.....           |
| ۶۵ | نظر مشتری.....                 |
| ۶۶ | فریب دو فرد.....               |
| ۶۷ | حق با مشتری است.....           |
| ۶۸ | دیگر چه؟.....                  |
| ۶۹ | خمیر بازی.....                 |
| ۷۰ | صداقت.....                     |
| ۷۱ | سه همراه.....                  |
| ۷۲ | تا آخر عمر.....                |
| ۷۳ | بزرگترین خدمت.....             |
| ۷۴ | حقوق مشتری.....                |
| ۷۵ | مهم ترین شخص.....              |
| ۷۶ | پر افسانه ای.....              |
| ۷۷ | درخواست پنهانی.....            |
| ۷۸ | بهترین زبان برای فروشندگی..... |
| ۷۹ | مزایای کالا.....               |
| ۸۰ | سه اصل مشتری پسند.....         |
| ۸۱ | دلیل و مدرک.....               |
| ۸۲ | شک مشتری.....                  |
| ۸۳ | هل.....                        |
| ۸۴ | نحوه ارائه.....                |
| ۸۵ | قرارداد.....                   |
| ۸۶ | بهترین.....                    |
| ۸۷ | یک کار ویژه.....               |
| ۸۸ | کنار مشتری.....                |
| ۸۹ | بهترین کار.....                |
| ۹۰ | گاهی اوقات.....                |
| ۹۱ | کارمند هوشمند.....             |
| ۹۲ | تماس مستمر.....                |
| ۹۳ | تکنولوژی جدید.....             |

|     |                    |
|-----|--------------------|
| ۹۴  | فکر شکست           |
| ۹۵  | پیاده روی          |
| ۹۶  | استراحت            |
| ۹۷  | تنفس               |
| ۹۸  | مثبت اندیشی        |
| ۹۹  | دیدن               |
| ۱۰۰ | بهتر از دیروز      |
| ۱۰۱ | می توانیم          |
| ۱۰۲ | سه سؤال اساسی      |
| ۱۰۳ | نامه تشکر آمیز     |
| ۱۰۴ | لیست جدید          |
| ۱۰۵ | مراسم              |
| ۱۰۶ | فاکس مشتری آور     |
| ۱۰۷ | ماشین تولید اسکناس |
| ۱۰۸ | قرار نیست          |
| ۱۰۹ | تعهدات             |
| ۱۱۰ | «بله، می فهمم»     |
| ۱۱۱ | مقصر               |
| ۱۱۲ | معامله یا حمایت    |
| ۱۱۳ | مشتریان قدیمی      |
| ۱۱۴ | منبع               |
| ۱۱۵ | نظر مثبت           |
| ۱۱۶ | کلمات              |
| ۱۱۷ | عمل بهتر           |
| ۱۱۸ | یاد سپاری          |
| ۱۱۹ | وقتی زمین می خوریم |
| ۱۲۰ | اعتماد به خود      |
| ۱۲۱ | مهارت های نوین     |
| ۱۲۲ | تغییرات بازار      |
| ۱۲۳ | اتفاقات غیر منتظره |
| ۱۲۴ | حقوق شما           |
| ۱۲۵ | روش تلفن کردن      |

|     |       |                      |
|-----|-------|----------------------|
| ۱۲۶ | ..... | نوع مشتری            |
| ۱۲۷ | ..... | یک اصل مهم           |
| ۱۲۸ | ..... | نام مشتری            |
| ۱۲۹ | ..... | فروش یعنی کمک        |
| ۱۳۰ | ..... | کارت سوابق           |
| ۱۳۱ | ..... | تبلیغات              |
| ۱۳۲ | ..... | دانش افزایی          |
| ۱۳۳ | ..... | بهبود مستمر          |
| ۱۳۴ | ..... | در موقعیت مشتری      |
| ۱۳۵ | ..... | اطلاع                |
| ۱۳۶ | ..... | کالای مورد نیاز      |
| ۱۳۷ | ..... | دیدگاه مشتری         |
| ۱۳۸ | ..... | خدمات بهتر           |
| ۱۳۹ | ..... | در دسترس بودن        |
| ۱۴۰ | ..... | اعتماد به نفس بیشتر  |
| ۱۴۱ | ..... | یادداشت برداری       |
| ۱۴۲ | ..... | سه دقیقه اول         |
| ۱۴۳ | ..... | ظاهر آراسته          |
| ۱۴۴ | ..... | پنجاه درصد           |
| ۱۴۵ | ..... | یک بازی ، دو برنده   |
| ۱۴۶ | ..... | خریدار شکاک          |
| ۱۴۷ | ..... | درک                  |
| ۱۴۸ | ..... | تشخیص درست           |
| ۱۴۹ | ..... | بهترین عادت          |
| ۱۵۰ | ..... | خریدار بالقوه کجاست؟ |
| ۱۵۱ | ..... | هم خانواده           |
| ۱۵۲ | ..... | واقعاً چه چیزی؟      |
| ۱۵۳ | ..... | هم فکر               |
| ۱۵۴ | ..... | تعریف از کسب و کار   |
| ۱۵۵ | ..... | دانش تخصصی           |
| ۱۵۶ | ..... | حیاتی ترین کار       |
| ۱۵۷ | ..... | حواس مختلف           |



|     |                  |
|-----|------------------|
| ۱۵۸ | برنامه فروش      |
| ۱۵۹ | خلاقیت‌های فروش  |
| ۱۶۰ | نیازهای آتی      |
| ۱۶۱ | گفت و شنود       |
| ۱۶۲ | مطالعه           |
| ۱۶۳ | وضعیت بازار      |
| ۱۶۴ | تحقیقات بازار    |
| ۱۶۵ | کارنامه شغلی     |
| ۱۶۶ | بحران            |
| ۱۶۷ | مشتریان رقبا     |
| ۱۶۸ | معرفی            |
| ۱۶۹ | وب سایت          |
| ۱۷۰ | به خاطر صداقت    |
| ۱۷۱ | چهره های ماندگار |
| ۱۷۲ | تغییر            |
| ۱۷۳ | خانمه فروش       |
| ۱۷۴ | بهترین روش       |
| ۱۷۵ | مبارک است        |

## مقدمه مؤلف

امروزه فرمول موفقیت در بازار تجارت کشف شده است. این فرمول بیان کننده این مطلب است که هرچه ارتباط تولیدکننده، فروشنده و خریدار بیشتر باشد امکان حصول نتیجه بیشتر است.

تولیدکنندگان به خوبی دریافته اند که فروشندگان به عنوان چشم و گوش آنان در بازار هستند که به خوبی بازار را می بینند و نیازهای آن را می شناسند و سمت و سوی تغییر ذائقه و خواست مشتری را شناسایی می کنند و با قرار دادن اطلاعات در اختیار تولیدکنندگان سهم بیشتری از بازار را در اختیار تولیدکنندگان قرار می دهند.

مطالعات نشان می دهد شرکتهای موفق تولیدی قبل از همه چیز به فکر جلب مشارکت فروشندگان و آموزش آنها در زمینه فروش بهتر هستند.

کتاب روان شناسی فروش برای نمایندگان فروش، ماحصل تجارب نویسنده به عنوان مشاور شرکتهای تولیدی و خدماتی در زمینه بازاریابی و فروش بوده که در کارگاههای آموزشی مختلف و همایش های نمایندگان فروش در اختیار آن عزیزان قرار گرفته و هم اکنون به صورت مجموعه حاضر درآمده است.

امید است، این کتاب گامی باشد برای ارتقاء سطح کیفی فروش و مشتری مداری بیشتر.