

بیج شکن ها

تام بیگ شرایین

سرشناسه: شرایتر، تام Schreiter, Tom

عنوان و نام پدیدآور: یخ شکن‌ها/ نویسنده تام شرایتر (ال بزرگ)؛ مترجم طاهره فلاح پور.

مشخصات نشر: تهران: ساحل گیسوم، ۱۳۹۷

مشخصات ظاهری: ۱۱۲ ص: ۱۴/۲۱×۵/۳ س.م.

شابک: 978-622-6002-35-6

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: Ice breakers : how to get any prospect to beg you for a presentation, 2013.

یادداشت: کتاب حاضر قبلاً تحت عنوان « یخ شکن‌ها: چه کار کنیم که مشتری اصرار کند کار را به او معرفی کنیم» با ترجمه علی معتمدی در سال ۱۳۹۵ چاپ و منتشر شده است.

موضوع: Multilevel marketing موضوع: بازاریابی چندسطحی

موضوع: Business presentations موضوع: کسب و کار -- معرفی و ارائه

موضوع: Business communication موضوع: کسب و کار -- ارتباط

رده بندی دکر ۴۴۱/۵۴۱/۱۳۴۴ ف/ش ۳ ی ۱۳۹۷

رده دی دیوید ۸۷۲/۶۵۰

شماره سی ۶۵۴۴۲۶



نام کتاب: یخ شکن‌ها

نویسنده: تام بیگز شرایتر

مترجم: طاهره فلاح پور

ناشر: ساحل گیسوم

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۰۰۲-۳۵-۶

مراکز پخش:

دفتر فروش: تهران، خیابان دکتر علی شریعتی، کوچه امامزاده، رویه ی ف، نگسرای

آفتاب، پلاک ۹، طبقه ۵، واحد ۱۸ همراه: ۰۶۰۲۳۲۵۸۱۱۱

قم: دورشهر، کوچه ۱۳، پلاک ۷ تلفن: ۰۲۵-۳۷۲۳۴۷۳۲ همراه: ۰۹۱۹۶۶۴۵۷۸۱

هرمزگان، پخش پارس کتاب

تلفن: ۰۹۱۵۲۷۳۴۲۵-۰۹۱۰۰۹۵۹۱۸۴

آدرس اینترنتی: Avin_co@ymail.com

فهرست مطالب

۸.....	هفتمه.....
۱۱.....	فصل اول: واه! واه! آه!.....
۱۵.....	فصل دوم: وقت پولداری و خوشحالی، من چرا باید رنجشو ببرم.....
.....	فصل سوم: ماهه جا پر از مشتری های بالقوه است به شرطی که بدانید چه
۱۹.....	می خواهید بگویند.....
۲۳.....	فصل چهارم: به هر کجای دنیا سفر میکنم، یک مشکل برایم پیش میآید.....
۲۵.....	فصل پنجم: در دام افسانه های نیغیب.....
۲۸.....	داستان خواستگاری کردن.....
۳۱.....	فصل ششم: کلمات اعصاب خردکن به جواهرتاز.....
۳۵.....	قوانین این کار.....
۳۷.....	فصل هفتم: قاعده شماره یک.....
۴۱.....	فصل هشتم: بیایید کمی از این قاعده لذت ببریم.....
۴۴.....	حالا از تخیل تان کمک بگیرید.....
۴۷.....	مثال برای محصولات غذایی.....
۴۸.....	حالا برای محصولات پوستی و آرایشی.....
۴۹.....	حالا برای محصولات رژیمی.....
۴۹.....	برای توره های مسافرتی از این الگوها استفاده کنید.....
۵۰.....	برای شوینده های طبیعی میتوانید از این الگوها استفاده کنید.....
۵۰.....	برای آرایه خدمات مالی می توانید از این الگوها استفاده کنید.....
۵۱.....	حالا برای حیوانات خانگی از این الگوها استفاده کنید.....

۵۲	 مسئول پذیرش:
۵۳	 در جایگاه سوخت:
۵۵	 حالا درباره پیشخدمتها:
۵۶	 وقت میهمانی:
۵۹	 فصل نهم: قاعده شماره دو
۶۲	 الگوهایی برای محصولات غذایی
۶۲	 الگوهایی برای محصولات پوستی
۶۳	 الگوها ای محصولات رژیمی
۶۴	 الگوهایی ی ارائه خدمات رفاهی:
۶۴	 الگوهای ی: یو آلات و جواهرات
۶۴	 الگوهایی برای ترها: مسافرتی
۶۵	 الگوهایی برای شوینده ی: سیعی
۶۵	 الگوهایی برای سرویس مالی
۶۷	 فصل دهم: قاعده شماره سه: بهریر مشتریهای احتمالی
۷۹	 فصل یازدهم: قاعده شماره چهار: خات یک مشتری جدید
۸۰	 چطور به طرف مقابل موج منفی بدهید
۸۵	 فصل دوازدهم: قاعده شماره پنج
۹۱	 فصل سیزدهم: قاعده شماره پنج
۹۲	 الگوهایی برای استفاده از فرصتها
۹۳	 الگوهایی برای محصولات غذایی
۹۴	 الگوهایی برای مراقبتهای پوستی
۹۵	 الگوهایی برای محصولات رژیمی
۹۵	 الگوهایی برای سفر و مسافرت
۹۶	 الگوهایی برای شویندههای طبیعی
۹۶	 الگوهایی برای سرویسهای مالی و خدماتی

فصل چهاردهم: قاعده شماره ششم.....	۱۰۱
الگوهای برای بازاریابی و فرصت های شغلی:.....	۱۰۳
الگوهای برای محصولات غذایی.....	۱۰۴
الگوهای برای مراقبت های پوستی.....	۱۰۵
الگوهای برای محصولات رژیمی.....	۱۰۶
الگوهای برای تورهای مسافرتی.....	۱۰۷
الگوهای برای شوینده های طبیعی.....	۱۰۷
الگوهای برای سبزی های مالی.....	۱۰۸
فصل آخر: ویرایش.....	۱۰۹

مقدمه

مرتضی شانه‌داری به جا می‌گذارد

بله، این حرف باقیست دارد. اما حقیقت این است که شکست هم نشانه‌هایی دارد. سال ۱۳۷۲ بود و من تازه کار بازاریابی شبکه‌ای را شروع کرده بودم. مدام سعی می‌کردم با مشتری‌هایم قرار ملاقات بگذارم اما دورنمای کارم به من گفت: نه! دوباره تلاش می‌کردم تا با مشتری‌های بالقوه دیگر سر صحبت را باز کنم اما آنها همواره تغییر مسیر می‌دادند و موضوع بحث را عوض می‌کردند و با عذرخواهی از من جدا می‌شدند. دوباره برای پیدا کردن چشم اندازهای بهتر تبلیغ می‌کردم و بعد از کلی تلاش پاسخ همه آنها به پیشنهادم یک کلمه بود: نه! خدای من! مانده بودم چه نشانه‌هایی برای این همه شکست وجود دارد؟

تمام گفتگوهایم با مشتری‌هایم با یک عبارت بسیار ساده، بارها، شغل جذایم شروع می‌شد و همین عبارتی که من انتخاب کرده بودم باعث می‌شد که مشتری‌هایم یگراست بگویند: نه! و تکرار آن عبارت اشتباه من بارها و بارها باعث شد که مشتری‌های جدیدم اصلاً متوجه قضیه نشوند. در حالی که تقصیر آنها نبود و تمام تقصیرها همان عبارت اشتباه لعنتی بود که من به کار می‌بردم.

تا زمانی که من کلمات آغازین خودم یعنی همان (یخ شکن‌ها) را تغییر نداده بودم، تغییری در پیشرفت شغلی من ایجاد نشده بود. بنابراین کتابی پیش روی شماست که در آن کلمات آغازین یا یخ شکن‌هایی برایتان گردآوری شده است که هیچ نشانه‌ای از شکست برایتان به جا نمی‌گذارد. تمام بیگ شرایتر

www.ketab.ir