

سود بیشتر، فروش بیشتر

نویسنده:

سید محمد هادی طلوعی



سرشناسه: طلوعی، سیدمحمدهادی، ۱۳۷۱ -

عنوان و نام پدیدآور: سود بیشتر، فروش بیشتر، نویسنده سیدمحمدهادی طلوعی.

مشخصات نشر: تهران: فرهوش، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری: ۱۹۴ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۹۵-۳۳۹-۹

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

موضوع: افزایش فروش

موضوع: مدیریت در کسب و کار

رده بندی کنگره: ۱۳۹۷ س۹ ۸/ط۵ HF۵۴۳۸

رده بندی دیوین: ۵۸/۲

شماره کتابشناسی ملی: ۵۲۶۱۰۰۰



سود بیشتر، فروش بیشتر

سیدمحمدهادی طلوعی

ناظر فنی: ساجده مرادی

صفحه آرا: معین دلاوری

نوبت چاپ: ۱ - بهار ۱۳۹۷

قیمت: ۱۰۰۰۰ ریال

طراح جلد: امیر باغدشتی

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

کلیه حقوق چاپ و نشر مخصوص و محفوظ ناشر است.

آدرس: میدان انقلاب، ضلع جنوب شرقی، ساختمان مترجمان، پلاک ۱۷، طبقه ۱ و طبقه ۲

نمایشگاه و فروشگاه مرکزی: میدان انقلاب، رو به روی درب اصلی دانشگاه تهران، ساختمان پارسا، پلاک ۲۶، طبقه ۱

شماره تماس: ۰۹۱۰۷۸۹۲۷۴۷، ۰۶۶۹۳۱۶۶۹، ۰۶۶۴۰۶۳۰۹؛ دورنگار: ۸۹۷۸۴۵۵۸

وب سایت: www.farhooshpub.com

فهرست مطالب

۱۰	مقدمه
۱۴	فصل اول: پیشنهاد رد نشدنی کسب و کارتان را بسازید
۲۸	فرمولی استثنایی برای کسب و کار شما
۳۰	فروش‌های جانبی: فروش اضافی
۳۱	تقویت پیشنهاد
۴۱	فصل دوم: تکنیک‌های افزایش فروش و بهره‌وری
۴۲	چگونه با مشتری برخورد کنیم؟! (رازهای برخورد با مشتری)
۴۴	بخش اول
۴۴	حفظ لحن مکالمه در زمان صحبت کردن
۵۵	بخش دوم
۵۵	مدیریت مکالمات سخت و دشوار
۶۷	بخش سوم
۶۷	خشنود کردن مشتریان
۷۰	سخن نهایی
۷۱	۱۰ تکنیک عالی روانشناسی برای افزایش مشتری‌ها و فروش
۷۲	بخش چهارم
۷۲	به مشتری کمک کنید "ترس تصمیم‌گیری" را پشت سر بگذارد!
۷۵	بخش پنجم
۷۵	قدرت برجسب زدن را در آغوش بکشید!
۷۸	بخش ششم
۷۸	سه نوع مختلف از خریداران را درک کنید!
۷۹	محافظه کاران
۸۳	بخش هفتم
۸۳	اقرار به کمبودها باعث پر رنگ شدن نقاط قوت شما می‌شود!
۸۵	بخش هشتم
۸۵	از حس فوریت به درستی استفاده کنید!
۸۸	بخش نهم
۸۸	کاری کنید که ذهن مشتری بلافاصله چراغانی شود!

۹۰	بخش دهم.....
۹۰	یک رقیب (یا دشمن) برای خود بتراشید!.....
۹۳	بخش یازدهم.....
۹۳	پای یک عقیده ارزشمند بایستید!.....
۹۵	بخش دوازدهم.....
۹۵	نقش وکیل مدافع شیطان را بازی کنید!.....
۹۷	بخش سیزدهم.....
۹۷	مشتریان خود را همیشه مشتاق نگاه دارید!.....
۹۹	قیمت گذاری: ۱۰ استراتژی همیشه سبز برای افزایش فروش.....
۱۰۶	تأثیر تفاوت میان قیمت‌ها بروی مشتری شما چیست؟.....
۱۰۷	قیمت‌ها را به بالاترین شکل ممکن بیان کنید!.....
۱۰۸	سخن‌نمایی ما در مورد قیمت گذاری.....
۱۰۹	عمل متقابل: چیزی را مخاطب خود بدهید، تا چیزی از او بگیرید.....
۱۱۰	اصل عمل متقابل چیست؟.....
۱۱۱	یک تحقیق علمی درباره عمل متقابل.....
۱۱۲	اصل عمل متقابل: خوب، بد و زیست.....
۱۱۲	مثال‌هایی از زندگی واقعی.....
۱۱۳	چگونه می‌توانید در عمل از اصل عمل متقابل استفاده کنید؟.....
۱۱۳	چه چیز ارزشمندی را می‌توانید به رایگان در اختیار مشتری بگذارید؟.....
۱۱۴	به مشتری خود احساس خاص بودن بدهید.....
۱۱۴	یک پیشنهاد انحصاری به مشتری بدهید.....
۱۱۵	پیشنهاد خود را برای مخاطب شخصی‌سازی کنید.....
۱۱۵	از تکنیک "سر توی در" استفاده کنید.....
۱۱۶	در عوض عضویت کاربر در خبرنامه، چیزی به او بدهید.....
۱۱۷	به مشتری در مورد ارزش هدیه خود بگویید.....
۱۱۸	تأثیر عمل متقابل در زندگی ما.....
۱۱۹	ارائه خدمات نامطلوب به مشتریان چه ضرری به کسب و کارتان می‌زند؟.....
۱۱۹	خطرهای پنهان ارائه خدمات نامطلوب به مشتریان.....
۱۱۹	خدمات بد موجب افزایش حساسیت نسبت به قیمت می‌شود.....
۱۲۰	خدمات نامطلوب به مشتریان، فرصت‌های بعدی را از شما می‌گیرد.....
۱۲۲	اخبار ارائه خدمات نامطلوب به مشتریان خیلی زود بین مردم پخش می‌شود.....
۱۲۴	هزینه‌ی گراف ارائه خدمات نامطلوب به مشتریان.....
۱۲۵	نتیجه‌گیری.....

۱۲۵.....	تکنیک فروش: دو انتخاب، بیشتر از یک انتخاب می‌فروشد
۱۲۶.....	کدام ساندویچ را می‌خواهید: فلافل مشی یا فلافل کشکی؟
۱۲۹.....	انتخاب هابسون + یک
۱۳۰.....	توضیح تکنیک هابسون + یک از منظر روانشناسی
۱۳۳.....	فصل سوم: تبلیغات هوشمند و خلاقانه
۱۳۴.....	پیش از هر چیز محصول شما باید ارزش داشته باشد
۱۳۴.....	در این رابطه حوزه بازاریابی صنعتی را در نظر بگیرید
۱۳۵.....	حالا حوزه بازاریابی مصرفی را مدنظر قرار دهید
۱۳۷.....	استراتژی تبلیغات چیست؟
۱۳۹.....	۱۰۱ ایده برای بازاریابی کسب و کارهای کوچک
۱۴۵.....	راهکارهایی برای جذب مشتری بدون هزینه برای تبلیغات
۱۴۵.....	وبلاگ‌نویسی و بازاریابی محتوایی: شروع کنید
۱۴۶.....	رسانه‌های اجتماعی: جذب هوادار، موهمند و بحث در گروه‌ها
۱۴۷.....	حضور در کنفرانس‌ها و رویدادهای علمی
۱۴۸.....	بازاریابی تأثیرگذاران را برای جذب مشتری قرارش نکنید
۱۴۸.....	نتیجه‌گیری
۱۴۹.....	تبلیغات موثر در شبکه‌های اجتماعی
۱۴۹.....	نکاتی برای دستیابی به تبلیغات شبکه‌های اجتماعی موثر
۱۵۲.....	چگونه بودجه تبلیغاتی مناسب تعیین کنیم؟
۱۵۴.....	بازاریابی دهان به دهان چیست و چگونه در آن موفق شویم؟
۱۵۴.....	بازاریابی دهان به دهان چیست؟
۱۵۶.....	تاریخچه بازاریابی دهان به دهان
۱۵۸.....	چرا بازاریابی دهان به دهان موفق است؟
۱۵۹.....	مفاهیم و مدل‌سازی بازاریابی دهان به دهان
۱۵۹.....	مدل تأثیرگذاری ارگانیک درون مصرفی
۱۶۰.....	مدل تأثیرگذاری بازاریاب خطی
۱۶۰.....	مدل شبکه‌ای همسازی
۱۶۱.....	چگونه بازاریابی دهان به دهان خودمان را خلق کنیم؟
۱۶۳.....	چند راهکار برای ایجاد یک استراتژی موفق در بازاریابی دهان به دهان
۱۶۵.....	امتیازدهی محصولات را در سایت خودتان قرار دهید
۱۶۷.....	چهار نمونه‌ی بی‌نظیر از بازاریابی دهان به دهان خارجی
۱۶۷.....	Toms: هیاو با انجام یک عمل خیرخواهانه

۱۶۸. Chipotle: هیاھوی دهان به دهان با قصه‌گویی.....
۱۶۹. یک کوکا را با دوستانتان بنوشید! بازاریابی دهان به دهان چند کاناله.....
۱۷۰. Harry Potter: یک مثال بی‌نقص از بازاریابی دهان به دهانی موفق، محصولی پرهیاهو، راز آلود و باثبات.....
۱۷۰. بازاریابی دهان به دهان با سروصدای زیاد.....
۱۷۱. بازاریابی دهان به دهان با رمز و راز.....
۱۷۱. ثبات برند.....
۱۷۲. چهار نمونه‌ی موفق از بازاریابی دهان به دهان ایرانی.....
۱۷۲. گلرنگ: جامعه هدف مناسب، شعار مناسب.....
۱۷۳. شهرزاد: اعتمادسازی در فضایی پر از بی‌اعتمادی.....
۱۷۴. دیوار: جایی که همه می‌توانند روی آن بنویسند.....
۱۷۵. اسنپ: یک دلاغ پهل کلاغی بی‌نظیر!.....
۱۷۷. برای یک استراتژی موفق، در بازاریابی دهان به دهان چه کارهایی را انجام ندهید؟.....
۱۷۹. نتیجه آخر: بازاریابی دهان به دهان همیشه موفق است؟.....
۱۸۱. Digikala چگونه توانست دیجی کالا شود؟.....
۱۸۲. جرقه یک ایده تجاری.....
۱۸۳. اما دیجی کالا چگونه موفق شد؟.....
۱۸۴. استراتژی کلی دیجی کالا.....
۱۸۴. محتوای مفید و جامع.....
۱۸۶. خدمات مثال‌زدنی و پشتیبانی قوی.....
۱۸۷. کیفیت ثابت و همیشگی.....
۱۸۸. توسعه مداوم و برنامه‌ریزی شده.....
۱۸۹. تجربه کاربری روان و لذتبخش.....
۱۹۱. طرح‌های وفاداری مشتری.....
۱۹۲. تبلیغات دیجی کالا.....
۱۹۴. سخن نهایی.....

مقدمه

بهتر است با هم صادق باشیم، همه ما دوست داریم وضعیت مالی خوبی داشته باشیم و ثروتمند و پولدار باشیم. کسانی که قبلاً به ثروت رسیده اند ما را هیجان زده می کنند. آن ها چگونه به ثروت دست یافته اند؟ چگونه ما هم می توانیم پولدار شویم؟

حقیقت ساده این است که آنچه افراد ثروتمند می دانند ما نمی دانیم و کارهایی که انجام می دهند ما انجام نمی دهیم و ذهنیت خاص و اعمال و رفتاری خاص را دنبال می کنند. این قوانین از افراد را از سایرین جدا می کند که در این کتاب، به صورت یک سیستم تبیین شده در اختیار شما قرار می گیرد تا ثروتمند شوید و ثروتمند بمانید.

پس از سپری شدن ۵ سال، تجربه من در زمینه فروش به این نتیجه رسیدم که همه ما فروشنده هستیم. به عبارت ساده تر شما در تمام طول عمر خود در حال فروش هستید حتی اگر به آن دقت نداشته باشید.

آیا تا کنون قرار ملاقات مهمی داشته اید که با رسیدن لباس شیک سعی کرده باشید شخص مقابلتان را تحت تاثیر قرار دهید؟ (این مسئله فارغ از امور کاری است. شما در هر زمینه شاید نیاز داشته باشید کسی را تحت تاثیر قرار دهید. شاید برای مسائل کاری، اداری و یا حتی ازدواج) در چنین شرایطی شما در حال فروش بوده اید. شاید متوجه این امر نبوده اید.

آیا برای درخواست کمک مالی، مصاحبه شغلی و یا ابراز عواطف و احساسات، کاری کرده اید که شخص مقابل را مورد تاثیر قرار دهید و نظر او را نسبت به خود به حالت مثبت در آورید؟ در این شرایط هم باز شما در حال فروش بوده اید.

کمی درباره من...

زمانی در گذشته که شاید ۱۰ سال بیشتر نداشتم داشتن یک میلیون تومان برایم جزو آرزوهای نشدنی بود و همیشه به این مسئله فکر می کردم چطور می توانم روزی میلیونر شوم. با توجه به اینکه در سن ۴ سالگی پدرم را از دست دادم نیل به این هدف برایم کاملاً غیر منطقی و دست نیافتنی به نظر می رسید.

بیان اینکه در گذشته چه شرایط سخت و غیر قابل تحملی را سپری کردم از حوصله من و شما خارج بوده و جزو موضوعات مهم این کتاب به شما نمی رود اما می توانم بگویم از همان ۱۰ سالگی متوجه شدم که من هم به نوعی فروشنده هستم. شاید بپرسید چه چیز را می فروختم؟ اولین تجربه فروش من مرتبط با سرویس کولرهای آبی بود که با توجه به اینکه اعتماد به یک پسر ۱۰ ساله امری سخت به نظر می رسید با چاپ تراکت های تبلیغاتی (با دست خط خودم) شروع به کار کردم و حتی با درخواست های عاجزانه از همسایگان و مشتریانم می خواستم که به من فرصت دهند تا توانایی خودم را به معرض نمایش بگذارم.

به آن ها می گفتم اگر نتوانستم از پس این کار بر بیایم هیچ پولی بابت سرویس کولر دریافت نمی کنم. با این کار شاید تا حدود زیادی از بی رغبتی مشتریانم می کاستم و در قبال کارم به آن ها گارانتی می دادم.

مدتی مشغول به تعمیر دایو ق خرو شدم و پس از آن در خیابان دستفروشی می کردم تا مخارج خانواده و تحصیلاتم را فراهم کنم. سرمای جان فرسای زمستان ها که بگذریم به این نتیجه رسیدم که من در تمام مراحل نتوانستم فروشنده بودم و گاهی به آن توجهی نداشتم و مهم تر از آن این بود که من به شغل فروشنده علاقه داشتم.

البته علاقه که نه! من عاشق فروشنده گی بودم و حس می کردم می توانم بهترین فروشنده در تیپ و کلاس شخصیتی خودم باشم.

بعد از گذشت چندین سال دریافتیم که بستر اینترنت فضای مطلوب تری برای ارائه کالا و خدمات با هزینه های مناسب تری است. من آموخته بودم چگونه با فروش در بستر اینترنت به یک فروشنده قدر تر تبدیل شوم. من هر آنچه داشتم و از آن استفاده نمی کردم را یا اگر اطلاعاتی داشتم که حس می کردم به درد کسی می خورد را با تاکتیک های خاص و منحصر به فرد خودم در فضای اینترنت با قیمتی باور نکردنی به فروش می رساندم.

تصمیم دارم اینکه فضای اینترنت تا چه حد می تواند در پیشرفت کسب و کار کمک کند را در جلد دوم این کتاب بیان کنم. اما آنچه که حائز اهمیت بود این است که دیگر من ۱۰ ساله

نبودم و داشتن ۱ میلیون تومان برای من نه کاری سخت که امری بسیار خنده دار و ساده شده بود.

سرگذشت سخت من و هر کس که به ثروت دست پیدا می‌کند نشان گر آن است که هیچ شخصی بدون تلاش و پشتکار به موفقیت دست نیافته و نخواهد یافت. پس اگر دنبال راهی آسان برای موفقیت هستید از الان این پنبه را از گوش خود خارج و تمام سعی خود را بر این مساله متمرکز کنید که اگر تلاش و علاقه شما با هم تلفیق شود می‌توانید حتی کوه‌ها را نیز جابجایی کنید، موفقیت در کسب و کار که امری بسیار ساده است!

حکایت من ثابت می‌کند هر کس می‌تواند آنچه را که دارد، بفروشد و به رغم همه مشکلات موجود به اوج برسد. شما فروشنده کفش و کیف باشید و یا سوپر مارکت و یا معامله گر املاک و یا هر شغل دیگری که به ذهن شما می‌آید.

من این کتاب را به گونه ای نوشتم تا با خواندن آن به بهترین کسی که می‌توانید، تبدیل شوید. من این کتاب را برای شما نوشتم تا در زندگی فردی و کاری خود به اوج برسید. هر آنچه تجربه به من آموخته است را با شما در میان می‌گذارم تا نفر اول کسب و کار خود شوید.

من همه چیز را مطرح می‌کنم؛ همه موفقیت‌ها، شک‌ها و لیخنده‌ها و از موفقیت و شکست‌های جور واجورم با شما صحبت خواهم کرد. تلاش من این است که شما را بخندانم و در چشمانتان اشک شوق را پر کنم.

شک نکنید شما استعداد فروش را دارید و کار من این است که آن را در شما فعال کنم و یا اگر این استعداد در شما وجود دارد و از آن به نحو شایسته ای استفاده نمی‌کنید آن را تقویت کنم و با کمک شما آن را بهبود ببخشم.

این کار من به مثابه فشار دادن یک دکمه کوچک است. دکمه هر کس به شکلی متفاوت است. پس قدم اول این است که این دکمه را تعریف کنید. وقتی موتور شما روشن شد دیگر توقفی برای شما حاصل نخواهد شد و از سر سخت ترین شرایط عبور خواهید کرد.

اجازه دهید از شما یک انسان موفق و خاص و شخصیتی بزرگ بسازم.

در صفحات پیش رو و در ادامه اسرارم را با شما در میان می‌گذارم. کاری می‌کنم مردم شما و هر آنچه را که ارائه می‌دهید را دوست بدانند. من چیزهایی را در این کتاب ارائه کردم که که تا کنون با کسی در میان نگذاشته‌ام. خیلی‌ها پرسیده‌اند، خیلی‌ها مایل بودند که بدانند و هر بار من با تبسمی به نوعی به آن‌ها جواب رد دادم.

من راز اصلی فروش و فن معامله‌گری و موفقیت در زندگی شخصی و کاری را برای این کتاب نگه داشته‌ام.

حال تنها کاری که باید بکنید این است که از خود بپرسید آیا می‌خواهم به موفقیت شخصی و حرفه‌ای بیشتر دست یابم و زندگی سرشار از موفقیتی را بوجود آورم یا خیر؟ اگر جوابتان مثبت است اجازه دهید با هم قراری مهم گذاشته و شروع کنیم: یک نفر باید بهترین باشد.

یک نفر باید سوپر ستاره باشد و موفق باشد.

یک نفر حق دارد عالی زندگی کند و از نعمات بی‌شمار خداوند بهره‌مند گردد چرا آن یک نفر شما نباشید؟ چرا من نباشم؟

فکر می‌کنم هر دوی ما قبول داشته باشیم که شایسته این نوع زندگی هستیم.

در پایان تشکر می‌کنم از خانواده خوب و مهربانم، دوستان خوب آقایان امیر صادقی، حمیدرضا مرادی و احد بحری، سرکار خانم ساجده مرادی عزیز، خانم کاندید پور محترم و تشکر ویژه دارم از مادر عزیزم و آقای مهندس مرتضی احمدی که در تمام مراحل زندگی از صفر تا صد موفقیت در کنار من بوده و هستند.