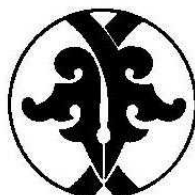


شیوه نوین گفتگوی بازرگانی (با رویکرد بازار صنعت بیمه در ایران)

نویسنده:

عبدالمظیم نجومی

کارشناس ارشد شرکت سهامی بیمه ایران



انتشارات امجد

سرشناسه : نجومی، عبدالعظیم
 عنوان و نام پدیدآور : شیوه نوین گفتگوی بازرگانی (با رویکرد بازار صنعت بیمه در ایران)
 /نویسنده عبدالعظیم نجومی.
 مشخصات نشر : تهران: امجد، ۱۳۹۷.
 مشخصات ظاهری : ۱۴۴ ص.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۸۱۴-۴-۷
 وضعیت فهرست نویسی : فیبا
 یادداشت : کتابنامه: ص. ۱۴۳.
 موضوع : مذاکرات بازرگانی -- ایران -- نمونه پژوهی
 موضوع : Negotiation in business -- Iran -- Case studies
 ده بندی کنگره : ۱۳۹۷ ش ۳/۶/۵۸ HD
 ده بندی دیویی : ۶۵۸/۴۰۹۵۵
 شماره کتابشناسی ملی : ۵۴۵۰۵۶۶

هرگونه تکثیر یا اقتباس از کتاب بدون اجازه پدیدآورنده، یا ناشر خلاف قانون، شرع و اخلاق است.
 موارد تخلف را به دفتر مرکزی «مجد» گزارش فرمایید.

شیوه نوین گفتگوی بازرگانی (با رویکرد بازار صنعت بیمه در ایران)

نویسنده: عبدالعظیم نجومی

انتشارات امجد

چاپ اول : ۱۳۹۷ قیمت: ۸۰۰۰ تومان تعداد: ۵۰۰ نسخه

حق چاپ محفوظ و منحصر «امجد» است.

دفتر مرکزی: امجد

تهران، میدان انقلاب تقاطع خیابان منیری جاوید، شهدای ژاندارمری، پلاک ۵۷،
 طبقه دوم شمالی

تلفن و دورنگار: ۶۶۴۹۵۰۳۴ - ۶۶۴۱۲۰۷۸ - ۶۶۹ ۳۳۸۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷۸۱۴-۴-۷

ISBN: 978-600-97814-4-7

شعبه اردیبهشت: خیابان اردیبهشت (منیری جاوید)، تقاطع شهدای ژاندارمری، پلاک ۵۹

تلفن: ۶۶۴۸۶۷۴

www.majdlaw.com

E-mail: Amjad1396@yahoo.com

فهرست مطالب

.....	سخن نویسنده	۱۱
.....	گفتار یکم: واژگان کلیدی و کاربردی در گفتگوی بازرگانی	۱۷
.....	۱.۱. واژگان کلیدی و کاربردی گفتگو	۱۹
.....	۱.۱.۱. گفتگو (Negotiation)	۲۰
.....	۱.۱.۲. ارتباط (communication)	۲۱
.....	۱.۱.۳. فستنده (source or sender)	۲۲
.....	۱.۱.۴. پیام (message)	۲۳
.....	۱.۱.۵. گیرنده (receiver)	۲۵
.....	۱.۱.۶. ادراک (Perception)	۲۶
.....	۱.۱.۷. احساس (Sensation)	۲۷
.....	۱.۲. نقش ادراک و احساس در برقراری ارتباط	۳۰
.....	۱.۳. شیوه‌های برقراری ارتباط	۳۱
.....	۱.۳.۱. شیوهی ارتباط گفتاری	۳۲
.....	۱.۳.۲. شیوه ارتباط ناگفتاری	۳۳
.....	۱.۴. ارتباط یک سویه و دو سویه	۳۴
.....	۱.۵. هنر برقراری ارتباط	۳۵
.....	۱.۶. گفتگوی پیروزمندانهی کارساز	۳۶
.....	۱.۷. بُن‌ها و ریشه‌های چترنگ گفتگو را بیاموزیم و به کار بگیریم	۳۷
.....	گفتار دوم: آغاز بازی گفتگوی بازرگانی	۴۱
.....	۲.۱. ریشه‌های کاربردی در آغاز گفتگوها	۴۳
.....	۲.۲. کارهایی که پیش از آغاز گفتن باید بدانیم	۴۳
.....	۲.۲.۱. فاکتورهای شخصی گفتگوکننده	۴۴
.....	۲.۲.۱.۱. دلگرمی (اعتماد) به خویشان داشتن را در خود نیرو بخشیم	۴۵
.....	۲.۲.۱.۱.۱. بیندیشیم که ارزشمندیم و آن را به دیگران دیکته کنیم	۴۶
.....	۲.۲.۱.۱.۲. دیگران در نزد ما پذیرفته شده و ارزشمندند	۴۶
.....	۲.۲.۱.۱.۳. سپاسگزار دیگران باشیم	۴۶
.....	۲.۲.۱.۱.۴. با تعریف از دیگران آنان را تأیید کنیم	۴۷
.....	۲.۲.۱.۱.۵. به دقت به دیگران گوش فرا دهیم	۴۷
.....	۲.۲.۱.۲. تمرین کنیم که گویندهای ناخوشایند نباشیم	۴۸

- ۴۸..... ۲.۲.۱.۲.۱. پرهیز از گفتار نادرست
- ۴۹..... ۲.۲.۱.۲.۲. ملالانگیز سخن نگوییم
- ۵۰..... ۲.۲.۱.۲.۳. گفتن را تنها از آن خود ندانیم
- ۵۰..... ۲.۲.۱.۲.۴. میان سخن دیگران نیاییم
- ۵۱..... ۲.۲.۱.۲.۵. تیک های گفتاری (رفتاری) خود را یافته و خود را از آنها برهانیم
- ۵۲..... ۲.۲.۱.۲.۶. از لاف زدن و خودبینی پرهیزیم
- ۵۳..... ۲.۲.۱.۲.۷. نیک اندیشیدن را بیاموزیم
- ۵۳..... ۲.۲.۱.۲.۷.۱. ویژگی لبخند زدن و گشاده رویی
- ۵۴..... ۲.۲.۱.۲.۷.۲. ویژگی همدردی و همدلی با دیگران
- ۵۴..... ۲.۲.۱.۲.۷.۳. ویژگی شیرین سخنی و شوخ طبعی
- ۵۵..... ۲.۲.۱.۲.۷.۴. ویژگی تن و روان سالم داشتن
- ۵۵..... ۲.۲.۱.۲.۷.۵. خواست، اراده‌ی استوار و پشتکار، همانند زر است
- ۵۶..... ۲.۲.۲. فاکتورهای هنرورهای گفتگو کننده
- ۵۸..... ۲.۲.۲.۱. دانش ندوری، پایه‌ی استوار و بنیادین در کارها
- ۵۹..... ۲.۲.۲.۲. دستیابی به فهرستی از اطلاعات دیدار شونده‌گان پیش از گفتگو
- ۶۲..... ۲.۲.۲.۳. آماج (هدف) کذای را بران خود نهادینه کنیم
- ۶۴..... ۲.۲.۲.۴. مدیریت خویشتن سازی فرگرفته است
- ۶۵..... ۲.۲.۲.۵. هنروری واژه‌شناسی و سبک گنجینه‌ی تژاده‌ی واژگان
- ۶۶..... ۲.۲.۲.۶. هنر ساده روشن و رسا، سخن گفتن در خود نیرو بخشیم
- ۶۷..... ۲.۲.۲.۷. مهارت و هنر همدلی را فرا گیریم
- ۶۸..... ۲.۲.۲.۸. مهارت زبان بدن
- ۶۹..... ۲.۲.۳. فاکتورهای تأثیرگذار فراگرد پیرامون (کنترل محاسبات)
- ۷۱..... ۲.۳. کارهایی که باید در هنگام آغاز به گفتن انجام دهیم
- ۷۲..... ۲.۳.۱. یک نفس ژرف بکشیم و ترس را از خود دور کنیم
- ۷۲..... ۲.۳.۲. یک پل پیوند با سوی دیگر گفتگو، بسازیم
- ۷۳..... ۲.۳.۳. سرآغاز سخن را با زمینه‌های خنده آور و فکاهی پایه‌ریزی کنیم
- ۷۴..... ۲.۳.۴. همواره در هر دیداری با جمله‌های مثبت و امید دهنده آغاز کنیم
- ۷۴..... ۲.۳.۵. قابل اعتماد و فروتنانه آغاز کنیم
- ۷۴..... ۲.۳.۶. برانگیختن دیگران در آغاز سخنان، کلید پیروزی است
- ۷۴..... ۲.۳.۷. در گفتگوهای جدی و مهم، سخن را با اشاره به افراد سوی دیگر گفتگو
- ۷۵..... آغاز کنیم

گفتار سوم: کاربرد زبان بدن در گفتگوهای بازرگانی.....	۷۷
۳.۱. کاربرد زبان بدن در گفتگوهای بازرگانی.....	۷۹
۳.۲. بخش‌بندی ارتباط ناگفتاری.....	۸۱
۳.۲.۱. زبان پیام‌های رفتاری و سمبولیک (نشانه‌ای).....	۸۲
۳.۲.۱.۱. قانون «نگهداشت فاصله» هنگام گفتگو.....	۸۲
۳.۲.۱.۲. گاه‌شناسی (Chronemics).....	۸۳
۳.۲.۱.۳. نشانه‌ها، کدهایی برای فرستادن پیام رفتاری.....	۸۴
۳.۲.۱.۴. جامه و پوشش هرکس سخن می‌گوید.....	۸۵
۳.۲.۱.۵. سایش‌ها (لمس‌ها و تماس‌ها) اجتماعی ارزشمندترین ابزار نمایش احساسات.....	۸۶
۳.۲.۲. زبان: مکان‌ها، اشاره‌ها و حالت‌های بدن.....	۸۷
۳.۲.۲.۱. لیخند، گفتگو، جادو می‌کند.....	۸۸
۳.۲.۲.۲. چشم‌ها در دروغ نمی‌گویند.....	۸۹
۳.۲.۲.۳. خوب، خوش، دسم تا خوب شنیده شویم.....	۹۱
۳.۲.۲.۳.۱. ارتباط چشمی را دست برقرار کنیم.....	۹۲
۳.۲.۲.۳.۲. تغییر نگاه، کار از است.....	۹۲
۳.۲.۲.۳.۳. کج کردن و تکان دادن سر.....	۹۲
۳.۲.۲.۳.۴. چگونگی نشستن یا ایستادن.....	۹۳
۳.۲.۲.۳.۵. شکیبایانه گوش فرا دادن، پیام‌وریم.....	۹۳
۳.۲.۲.۳.۶. صدای اطمینان بخش.....	۹۳
۳.۲.۲.۴. با نگاه کردن به چهره، از درون فرد اگر سوم.....	۹۴
۳.۲.۲.۵. صدا نمایانگر منش ما می‌باشد.....	۹۵
۳.۲.۲.۵.۱. تمرین صدا.....	۹۶
۳.۲.۲.۵.۱.۱. قدرت و حجم صدا.....	۹۶
۳.۲.۲.۵.۱.۲. زیر و بم صدا.....	۹۶
۳.۲.۲.۵.۱.۳. انعطاف‌پذیری.....	۹۷
۳.۲.۲.۵.۱.۴. گویش.....	۹۷
۳.۲.۲.۵.۱.۵. سرعت گفتار.....	۹۷
۳.۲.۲.۵.۲. برخی شیوه‌ها و آیین‌های کاربردی در هنگام سخن گفتن(با توجه به صدا).....	۹۸
۳.۲.۲.۵.۲.۱. سخن را به زیور آراستن و شیرین سخن گفتن.....	۹۸
۳.۲.۲.۵.۲.۲. نرم و سنجیده گویی.....	۹۸
۳.۲.۲.۵.۲.۳. هماهنگی تکان‌های بدن با آهنگ صدا.....	۹۹

- ۳.۲.۲.۵.۲.۴. تلفظ درست واژگان ۹۹
- ۳.۲.۲.۵.۲.۵. گویش در هنگام گفتن ۹۹
- گفتار چهارم: میانه‌ی بازی گفتگوی بازرگانی** ۱۰۱
- ۴.۱. ریشه‌های پایه‌ای در میانه کار گفتگوی بازرگانی ۱۰۳
- ۴.۲. بازمینی تعریف گفتگوی بازرگانی ۱۰۴
- ۴.۳. گفتگو برپایه‌ی شایستگی‌ها ۱۰۵
- ۴.۳.۱. گفتگوی بر پایه‌ی آزمون و انصاف پیش نیاز گفتگوی اصولی ۱۰۶
- ۴.۳.۲. تراز در گفتگوها دومین پیش نیاز گفتگوی اصولی ۱۰۷
- ۴.۴. مول کاربرد در میانه‌ی کار گفتگو ۱۰۸
- ۴.۱. یافتن مشکل یا مسأله اصلی، با رویکرد روابط انسانی ۱۰۸
- ۴.۴.۱.۱. یافتن به فاکتورهای ارتباط ناکارآمد و کارآمد ۱۱۰
- ۴.۴.۱.۲. یافتن به فاکتورهای ارتباط ناکارآمد ۱۱۰
- ۴.۴.۱.۳. یافتن به فاکتورهای ارتباط ناکارآمد ۱۱۱
- ۴.۴.۲. در پی یافتن مافع خود و سوی دیگر گفتگو باشیم ۱۱۲
- ۴.۴.۲.۱. مافع و خواسته‌های خود را، شیوا، رسا و آشکارا بازگویی کنیم ۱۱۴
- ۴.۴.۲.۲. مافع و خواسته‌های خود را از زمینه‌های مهم گفتگو قرار دهیم ۱۱۵
- ۴.۴.۳. گفتگوکنندگان در پی یافتن مافع مشترک (یافتن راه‌حل) باشند ۱۱۵
- ۴.۴.۳.۱. بازگو کردن مافع مشترک ۱۱۶
- ۴.۴.۴. گفتگوکنندگان برای دستیابی به مافع خود به، راه‌حل‌های گوناگون را ۱۱۷
- بررسی نمایند ۱۱۷
- ۴.۴.۴.۱. در پی یافتن چندین راه‌حل و گزینه برای حل مشکل باشیم ۱۱۷
- ۴.۴.۴.۲. در پی پیدا کردن و دیدن مافع مشترک برای خود باشیم ۱۱۸
- ۴.۴.۴.۳. راه‌حل‌های اصولی و منطقی را پیشنهاد دهیم ۱۱۹
- گفتار پنجم: بخش پایانی بازی گفتگوی بازرگانی** ۱۲۱
- ۵.۱. پایان دادن به گفتگوها ۱۲۳
- ۵.۲. اصول پایانی در گفتگوهای بازرگانی ۱۲۵
- ۵.۲.۱. پایان دادن گفتگوی بازرگانی، هنری است که می‌توانیم آن را بیاموزیم ۱۲۵
- ۵.۲.۲. تلاش مان در پایان گفتگوها، بالاتر بردن ارزشمان باشد ۱۲۶
- ۵.۲.۳. مبارزه با احساس پشیمانی خریدار نکته ارزشی در پایان گفتگوها ۱۲۷
- ۵.۲.۴. در پایان کار، کاستی‌های سخنرانی که برای خریدار کرده ایم را بنویسیم ۱۲۸
- ۵.۲.۵. با آسان‌سازی خرید برای خریدار، گفتگو را پایان دهیم ۱۲۹

۱۳۰.....	۵.۲۶. پایان گفتگوی دو برنده سرافراز دارد
۱۳۰.....	۵.۲۷. تا پایان، در روند گفتگوها از خود سستی نشان ندهیم
۱۳۱.....	۵.۲۷.۱. به هیچ روی بهاشکنی نکنیم
۱۳۱.....	۵.۲۷.۲. هرگز امتیاز بیش کش نکنیم
۱۳۲.....	۵.۲۷.۳. گفتگو درباره‌ی متغیرها
۱۳۳.....	۵.۲۷.۴. بی‌اعتنایی نشان ندهیم
۱۳۳.....	۵.۲۸. بن‌بست در گفتگوهای بازرگانی
۱۳۴.....	۵.۲۹. شیوه‌ی زرین پایان گفتگوهای بازرگانی
۱۳۶.....	۵.۲۱۰. شیوه‌ی پایان گفتگو در فروش دشوار
۱۳۷.....	۵.۲۱۱. پایان گفتگو، به خریدار بنمایانیم برپایه‌ی نیازش، نسخه‌ی می‌نویسیم
۱۳۷.....	۵.۲۱۲. خردی از منفی‌گرایی در پایان گفتگوی بازرگانی
۱۳۹.....	۵.۲۱۳. گفتگو را با معبندی و نتیجه‌گیری به پایان ببریم
۱۴۰.....	۵.۳. کارهایی که پس از پایان گفتگوها باید انجام داد
۱۴۲.....	ستایش خرد
۱۴۳.....	کتاب نامه

سخن نویسنده

چه اندازه می‌پردازید تا به توانایی دستیابید که با داشتن چنین نیروی جادویی، دیگران را آن چنان به خود برابید که از پرتو آن، دست به کاری زنند که همسو با خواست و نیاز شما باشد. یا دیگران را به پذیرش اندیشه‌ها و ایده‌هایتان به گونه‌ای بگمارید که آنان را متقاعد به انجام کاری ویژه نماید یا بخواهید که همسو با باورهایتان رفتار کنند.

چنانچه شما این کتاب را برای خواندن برگزیده‌اید، بی‌گمان، یکی از کسانی هستید که این دیدگاه را دارید که توانایی گفتگوی روان، شیوا، رسا و درخور؛ یکی از فاکتورهای کلیدی پیروزی شما در هر بایی است که زندگی یا کار می‌کنید و گمان دارید که با این ابزار می‌توانید دیگران را شناسایی و دلبسته‌ی اندیشه‌ی خود سازید. از سوی دیگر بر این باور هستید که برابر گفته‌ی لیلان اینکس: «هیچ دلیلی نیست که هر یک از ما نتوانیم گفتگو کننده‌ی خوب باشیم. گفتگو یک آمادگی و هوش همگانی، و یکی از پایه‌ی‌ترین فاکتورهای پیروزی یا شکست ما است.»

همه‌ی ما توانایی گفتگو کردن را داریم چه بسا در این فن، مهارت بایسته را داشته باشیم اما انسان جستجوگر که در گام خود شکوفایی قرار گرفته است، در پی آن است که بهتر از پیش بوده و در پی دستیابی به نیاز شناخت و همکاری و کوفایی هر چه بیشتر خویشتن خویش، با بهره‌گیری از فن گفتن، خود را بشناساند و خود را با دیگران به‌طور پله‌های رشد و بالندگی را هر چه زودتر و آسانتر پییماید و برای نشان دادن خود به مانند کس فرهیخته و آگاه و روان‌مودن نیاز گرامیدن و خود شکوفایی (همانگونه که آب‌های ما به آن پرداخته است) فن گفتگو را بهتر از پیش بیاموزد و در کار بندد.

همه‌ی افراد پیروزمند می‌دانند که خوب سخن گفتن به ما یاری می‌رساند تا مورد ارج و گرامی داشت دیگران قرار بگیریم و از نگاه دیگران ارزشمندتر دیده شویم. در دأوستدها، پیروزانه گام برداریم و مورد توجه کسان تاثیر گذاری قرار گیریم که می‌توانند در پله‌های مهمی برای زندگی مان باز کنند. چرا که همه می‌اندیشند، کسانی که خوب سخن گفته یا سخنرانی می‌کنند با استعدادتر و باهوش‌تر از دیگران هستند.

دستیابی به این مهم اگر خیلی آسان نباشد اما دستیافتنی است. با یادگیری و تمرین روش‌ها، پیشنهادها و مهارت‌هایی که در چند گفتار این کتاب به آن می‌پردازیم، می‌توانیم

با بهبود و نیرو بخشی در گفتار و رفتارمان، ارتباط دوسویه ی نیرومندی با دیگران برقرار سازیم. بدین سان پایه‌های استوار اعتماد و اعتبار را ساخت نموده، آنگاه بر این پایه می‌توانیم پول بیشتری به دست آوریم، با شتاب بیشتری پلکان پیشرفت سازمانی را بپیماییم، یا در دادوستدهای بازرگانی پیروزمندانه رفتار کنیم به گونه ای که فروش بیشتری داشته باشیم و همچنین در بر خورد با دیگران تاثیر گذارتر و متقاعد کننده تر آشکار گردیم. به این شرط که آنچه در پی می‌آید را به خوبی به اندیشه بسپاریم، و آنگاه کار را از خانواده ی خود آغاز کرده و روش‌های گفته شده را بر روی هر کس که می‌بینیم تمرین کنیم و در پی گسترش آن باشیم.

در بررسی این کتاب بارها از واژه ی گفتگو، گفتمان، سخن گفتن بهره خواهیم جست. این واژگان در بیشتر نوشتار پیش روی، معنای یکسانی داشته و منظور ما در این جا هرگونه گفتگو، دادوستد، مذاکره تجاری و بازرگانی می‌باشد. همه ی ما، به هر روی یک مذاکره کننده هستیم گفتگو بخشی راستین از زندگی است؛ اما آنچه ما در پی یافتن آن هستیم، گفتگوی سوب، بر پایه ی فنون کاربردی گفتگو - در بخش بازرگانی- می‌باشد. یکی از پیش نیازهای گفتگوی اصولی و فنی این است که هر دوسو در آن احساس برنده بودن کنند و خشنود از ارضای قرارداد و پایان کار دادوستد باشند. بنابراین اگر طرف گفتگوی ما همین اصول را بدانند و کار گیرند، کار دادوستد، نه تنها با مشکل روبه رو نخواهد بود بلکه کار آسانتر می‌گردد. اکنون اگر سوی دیگر گفتگوی ما، این کتاب را بخواند چه بهتر.

لاری کینگ می‌گوید: «با اینکه گفتگو کردن کار هر روز ما است، موقعیت‌های زیادی پیش می‌آید که این کار می‌تواند برایمان دشوار باشد. پیروزی چه اجتماعی باشد یا حرفه ای، با گفتگو هموار می‌شود.»

پس، اگر چه سخن گفتن کار ساده و آسان انگاشته می‌شود، اما در زندگی اندیشیدن خواهیم دانست که از پیچیده ترین و پُر راز ترین کارهای انسانی است. این بخشش بزرگ خدادادی، از یک سو به چگونگی همکاری پیچیده و شگرف فاکتورهای دستگاه صوتی برای ساخت صداهای گوناگون گرفته تا گونه ی جاگذاری واژگان و چینش آنها از پی یکدیگر وابسته است و از سوی دیگر به کارسازی گفتار و جا انداختن اندیشه و احساس‌ها از راه هنروری زبان بدن وابسته است. بزرگی تاثیر گذاری زبان گفتاری، این عضو کوچک اما پُرکار بدن، به گونه ای است که نه تنها در ادبیات سرزمین کهن ما ایران؛ بلکه در قرآن باشکوه و بخشنده نیز برای سخن گفتن آیینی چند، شمرده شده که تاثیر سخن در گرو بهره گیری از آنها است و از سویی نیز نشان از ارزش آن در زندگی آدمی دارد.

برای نمونه مولوی، بسیار خوب و گویا در داستان طوطی و بازرگان، از نقش و نیروی سخن، به زبان چکامه چنین بی پرده و آشکارا می گوید:

این زبان چون سنگ و هم آتش و ش است	و آنچه بجهد از زبان چون آتش است
سنگ و آهن را مزین برهم گزاف	که زروی نقل و گاه ازروی لاف
ز آنکه تاریک است و هرسو پنبه زار	در میان پنبه چون باشد شرار
ظالم آن قومی که چشمان دوختند	زان سخن ها عالمی را سوختند
عالمی را یک سخن ویران کند	رو بهان مرده را شیران کند.....
...ای زبان تو بس زبانی مر مرا	چون تویی گویا بگویم من تو را
ای زبان هر دانش و هم خرمنی	چند این آتش درین خرمن زنی
ای زبان هم سنج بی پایان تویی	ای زبان هم رنج بی درمان تویی

مولوی

به راستی شعر (سروده) چکامه، نداشته ی هنر، فرهنگ، شناسه و شیفتگی مانعی ایران زمینیان است، که آرام آرام دوره د. قرن پنجم از پشت انبوه ابرهای خاموشی بیرون تابید و از آن زمان تا کنون پرتوهای تابناک استینش، گیتی را با فروزش گرمابخشید و جان تازه ای به آن داد. اینک چنانچه در روشنائی شعر و فرهنگ پارسی؛ این همدم کهن و یار دیرین پارسی گویان؛ بهره ای جويا شویم و در این پهنه، ژرفا نگرانه به جایگاه سخن و سخنوری بپردازیم، خواهیم دید که بسیاری از فریختگان مسترگان نامدار این مرزو بوم، هم چون فردوسی و مولوی و سعدی و حافظ (چهار ستون ادب پارسی) و بسیاری سخنوران دیگر در میدان گسترده شعر و چکامه و فرهنگ و ادب، این مهم بسیار نیک پرداخته اند. باید گفت، چکامه به عنوان یک هنر برتر با جایگاه ویژه در رساندن مفاهیم و شناساندن جان مطلب، ابزاری نیرومند می نمایاند. به گونه ای که گاه یک بیت شعر گرچه کوتاه، اما شیواتر، رساتر، و گویاتر از ساعت ها گفتار یک سخنور پُر توان کارآموده، یا نوشتاری از یک نویسنده چیره دست و هنرور، در رساندن جان مطلب، یاری رسان خواهد بود. ما نیز همانگونه که پیشگفتار را با سروده زیبا و ژرف و گران مایه ی استاد سخن فردوسی بزرگ، آغاز کردیم، به فراخور از دریای بی کران چکامه پارسی بهره جسته و با آن، نوشتار خود را زینت داده، هم چنان که جان و دل مان را به ترنم آهنگین سروده پارسی به شور و شادی بر می انگیزانیم، از آن برای رساندن هرچه بهتر نگار ذهن و اندیشه، یاری می جویم.

با نغمه ی عشق تا جهان ساز گرفت غوغای طلوع هستی آغاز گرفت
اندیشه چو بگشود به هستی پرو بال از بام سخن به اوج، پرواز گرفت
(مهناز پورحیدری)

از سویی آنجا که خداوند در سوره ی خجسته آل عمران (آیه ی ۱۳۸) قرآن بی همتا را به عنوان «بیان» می شناساند (هذا بیان للناس) و آن را واپسین شگفتی گیتی قرار می دهد، خود نشان از آن دارد که به فرمان خداوند، گاه آن رسیده که اندیشه و دانش، فرا راه آدمی قرار گیرد. یزدان پاک، دانایی را تنها جلودار می انگارد و فرمان به پیروی از آن می دهد. چرا که با اندیشیدن است که می توان دانش را همراه همواره گفتار و رفتارمان قرار داده. ما با دانش است که می توان پیرانه دل، پویا و بالنده و جاودانه زیست.

در این راستا بر آن می رسم که اگر از دست برآید، دست به کار نگارش کتابی شوم که با آن، پایگاه و جایگاه گفتگو را در جهان بازرگانی بررسی و بازشناسی نماید و در آن اندوخته های تجربی دانش، آمیخته در کار (که در درازای پیشینه چندین ساله کار در صنعت بیمه و در بخش فروش بیمه نامه فراگرفته ام) را پیش کش دانش پژوهان و دست در کاران جهان بازرگانی نمایم.

از آنجا که دلبسته ی بازی چترت (شترت) می باشم از شیوه آموزشی این بازی بهره گرفته و گام های انجام این بازی را در بهتر رساندن زمینه کتاب، فراوری خودم قرار دادم. دلبستگان به بازی اندیشمندان و شور آفرین چترت را می دانند که برای فراگیری این بازی باید سه گام، آغاز بازی، میانه بازی و پایان بازی چترت را بررسی و از دیدگان بگذرانند. بر پایه ی همین سه گام، می توان گفتگو را بازی انگاشت که در آن سه گام یادشده می تواند روی دهد. در این میان در گفتار نخست کتاب به بررسی واژگان کلیدی که برای درک بهتر زمینه کتاب باید به آن بپردازیم، نگاهی می اندازیم. در گفتار دوم که بهایی که باید پیش از آغاز به گفتن و در هنگام آغاز به گفتن باید بدانیم را بررسی می کنیم. در گفتار سوم اصول کاربردی زبان بدن، ویژه گفتگوهای بازرگانی را فرا می گیریم. گفتار چهارم را برای فراگیری اصول پایه ای در میانه گفتگوی بازرگانی قرار داده و در گفتار پایانی یا همان گفتار پنجم، بخش پایانی بازی گفتگو را فرا می گیریم. بیشتر نمونه های آورده شده در کتاب پیش روی با رویکرد تجربه های دست داده شده در صنعت بیمه می باشد که برابر آن، آموخته های دانشی و آزمون های اندوخته خود را پیشکش خوانندگان گران مایه نموده ام. اما از آنجا که نوشتار پیشروی برای همه دانش پژوهان و دست در کاران گستره ی بازرگانی سودمند می باشد؛ همین جا خواندن این کتاب را برای همه بازرگانان؛ بازاریابان؛

مدیران سازمان‌های بازرگانی؛ استادان دانشگاه (ویژه در زمینه‌های بازاریابی و بازرگانی، فن گفتن و مانند آن)؛ سخنرانان؛ دانش‌پژوهان و همه فرهیختگان که شیفته‌ی آموختن فن گفتگو برای پیشبرد کارهای شان هستند، پیشنهاد می‌نمایم. با خواندن این کتاب توانا خواهید بود خیلی آسان به شیوه‌های کاربردی و به روز جهان گفتگو، در همه‌ی نشست‌ها (ویژه نشست‌های کاری و بازرگانی) دست یابید.

در پایان باید بگویم، شیوه نگارش کتاب «شیوه نوین گفتگوی بازرگانی» با این چشم انداز می‌باشد که خود را از بند دوباره‌ها برهانیم و بکوشیم، هم‌نوا با هم، در گفتار و نوشتارمان، طرح دیگر بنیاد کنیم. آیین‌های کهنه نگارش و گفتن را بازنگری کرده، با آراسته و پیر، بسته گویی و با آموختن و به کارگیری آرایه‌های ادبی، جامه‌ی تازه‌ای بر پیکره‌ی گفتار، نوشتار هرروزه بپوشانیم، تا ویژه‌تر و دوست داشتنی‌تر دیده شویم.

باید دوباره از چشمه سخن جرعه‌ای بنوشیم
 بهمن‌ماه، بزمی از نو جامه‌ی تازه‌ای بپوشیم

بداغیم نجومی
 کارشناس ارشد شکست‌بیمه ایران