

بسم الله

فروش شگفت انگیز

(راهنمای عملیاتی و اجرایی بازار یابان و فروشندگان)

تشریح روش های شگفت انگیز فروش . برای آنهایی که
چیزی برای فروش دارند

مولفین:

دکتر حیدر امیران
مهندس نجمه مودی

زهرا امیران

سرشناسه : امیران، حیدر، ۱۳۴۴ -
عنوان و نام پدید آور : فروش شگفت انگیز (راهنمای عملیاتی و اجرایی بازاریابان و فروشندگان) / مولفین حیدر امیران،
نجمه مودی، زهرا امیران
مشخصات نشر : تهران: امیران، ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری : ۱۲۰ ص. : مصور، جدول، نمودار.
شابک : ۴۹۰۰۰ ریال : ۱-۴-۹۱۶۰۳-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی : فیا
موضوع : مدیریت فروش
موضوع : فروشندگی - راهنمای شغلی
شناسه افزوده : وردی، نجمه، ۱۳۶۱ -
شناسه افزوده : امیران، زهرا، ۱۳۵۴ -
رده بندی کنگره : ۱۳۹۰ ۴۸۸/۴ HF ۵۴۳۸/۴
رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸۱
شماره کتابشناسی ملی : ۳۳۴۷۹۱۶

نام کتاب : فروش شگفت انگیز (راهنمای عملیاتی و اجرایی بازاریابان و فروشندگان)

مولفین : دکتر حیدر امیران ، مهندس نجمه مودی ، زهرا امیران

ناشر : انتشارات امیران

چاپ اول : بهار ۱۳۹۰

تیراژ : ۲۰۰۰ نسخه

شابک : ۴-۹۱۶۰۳-۶۰۰-۹۷۸

حروفچینی و صفحه آرایی : انتشارات امیران

طرح روی جلد : افشین امیری

قیمت کتاب : ۴۹۰۰۰ ریال

نشانی : تهران، خیابان ولیعصر (عج) ، روبروی درب اصلی پارک ملت ، ساختمان صورتی ، پلاک

۲۶۶۵ طبقه دوم ، واحد ۱۷ تلفن های تماس : ۲۲۰۱۲۳۰۴ - ۲۲۰۱۶۱۴۱

پست الکترونیکی : amiranbooks@yahoo.com

فروشگاه اینترنتی : www.amiranbooks.com

ناشر از حمایت های مالی گروه صنعتی صبح (تولید کننده محصولات لبنی)

در چاپ و انتشار این کتاب تقدیر و تشکر می نماید.

کلیه حقوق این اثر محفوظ و متعلق به ناشر است. استفاده یا کپی از قسمت ها یا بخش هایی از این کتاب به هر صورت، منوط به کسب اجازه کتبی از ناشر است. هر گونه تکثیر و نسخه برداری از این کتاب ممنوع است.

فهرست مطالب

فصل اول	
چگونه در فروشندگی موفق و سرآمد شویم	۷
فصل دوم	
مهارت های خاص فروشندگی	۲۱
فصل سوم	
راه کارهای فروش موفق	۴۳
فصل چهارم	
راه کارهای فروش شگفت انگیز	۶۲
فصل پنجم	
مراحل و چگونگی فروش	۷۶
فصل ششم	
آشنایی با مفاهیم مدیریت فروش	۸۸
فصل هفتم	
تعاریف و اصطلاحات مربوط به فروش	۱۰۹
منابع و مآخذ	۱۱۲

فروش، ضامن حفظ و استمرار بقاء سازمان ها

فروش را فراهم می آورند، آشنا نماید. مولفین این کتاب در فرآیند تهیه و تدوین آن از نظرات و مشاوره های بسیاری از فروشندگان، کارشناسان و مدیران بهره گرفته اند که در اینجا امکان اشاره به همه آنها نیست. اما در این میان بر خود لازم می دانیم از راهنمایی های آقای مهندس رضا صحرایی مدیرعامل شرکت به بخش، آقای مهندس تورج محبوبی مدیرعامل شرکت اشی مشی، آقای مهندس محمد باقر فاضلیان مدیرعامل شرکت پدیده شیمی نیلی، آقای دکتر حمید قاسم نژاد استاد و مشاور روش های نوین فروش، آقای مجید امیرحمزه ای مدیر فروش شرکت بخش محیا، آقای اصغر قبادی مدیرعامل شرکت فروشگاه های زنجیره ای صرفه، آقای مهندس سیروس شیخ زاده مدیرعامل سابق شرکت فروشگاه های زنجیره ای صرفه، آقای مهندس سلیمان رحیمی مدیر بازرگانی شرکت به بخش، آقای دکتر سیداسماعیل طاهری مدیرعامل شرکت سفیدگوشت هامون و آقای مهندس حسن نصیری مشاور ارشد شرکت لبنیات صباح که در تالیف این کتاب ما را یاری نمودند تقدیر و تشکر نمائیم.

در پایان از شرکت لبنیات صباح به خصوص آقای مهندس احمد ابراهیمی، که با حمایت مالی خود، امکان نشر رویکردهای موجود در این کتاب را فراهم آوردند تشکر و قدردانی می نمائیم.

به امید روزی که جمله **MADE IN IRAN** خود گویای کیفیت محصولات و خدمات کشور عزیزمان ایران باشد.

تهران - بهار ۱۳۹۰

دکتر حیدر امیران

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی و رئیس هیات مدیره

شرکت مشاورین کیفیت ساز کارآفرین

مهندس نجمه مودی

مدیر واحد برنامه ریزی استراتژیک شرکت تکادو صنعت

زهره امیران

مدیرعامل شرکت مشاورین کیفیت ساز کارآفرین

دنیای کسب و کار، روز به روز، با پیچیدگی های نوینی مواجه می شود. این پیچیدگی ها در ابعاد گوناگون، مدیران و صاحب نظران را به چالش فرا می خواند. بی شک، یکی از این چالش های بنیادین، موضوع فروش و توسعه همه جانبه آن است که امروزه همه سازمان ها و شرکتها در پی ارتقاء توان خود در این زمینه هستند. در این میان، کارکنان شاغل در بخشها و واحدهای فروش سازمان ها، شمار بسیار زیادی تحمل می کنند و اغلب با روشها و سیاستهای مختلف و بعضاً متناقض فروش سازمان های خود مواجه هستند. در حالی که، کارکنان فروش (به سادگی می توان به آن ها به عنوان «فروشنده» نامید) آماج انواع فشارهای سازمانی برای افزایش فروش و ارتقاء آن قرار دارند، کارکنان شاغل در سایر واحدها و بخشهای دیگر یک سازمان در فضایی تقریباً آسوده تر به نوعی متنعم از درآمدهای تامین شده توسط کارکنان فروش سازمان به انجام وظایف خود می پردازند.

جنگ فروش، جنگی بی رحمانه و فراگیر و طاقت فرسا است. و چنانچه ویزیتورها و فروشندگان برای این جنگ آماده نباشند، قطعاً سلامت فیزیکی و امنیت شغلی آنها در خطر بوده و حیات سازمان هایی که در آنها کار می کنند نیز تهدید می گردد.

از این رو، توجه به راه های توسعه و گسترش فروش، عملاً راه حفظ حیات و یا سقوط به ورطه نابودی در سازمان ها است. و سازمان ها (از یک شرکت تولیدی صنعتی، شرکت هواپیمایی، دانشگاهها، دفترخانه اسناد رسمی، کتابفروشی ها و رستورانها گرفته تا شرکت های بخش و توزیع و...) باید تمام توان خود را برای ارتقاء سطح فروش و به تبع آن بهبود عملکرد فروش ویزیتورها و فروشندگان به کار بگیرند.

کتابی که پیش رو دارید، با این هدف و در ساختاری جدید تهیه و تدوین شده تا شما خوانندگان گرامی را که در هر سطحی به امر فروشندگی (ایده ها، خدمات و کالایی) اشتغال دارید، با روش های فروش شگفت انگیز و روشهایی که امکان افزایش

Excellent books for excellent people

کتاب های سرآمد، برای افراد سرآمد

این شعار انتشارات امیران در سال ۱۳۹۰ است، که پس از قریب به دو دهه فعالیت و انتشار نزدیک به ۷۰ جلد کتاب و ده ها وسیله آموزشی و کمک آموزشی اعم از فیلم، پوستر، اسلاید و فلش کارت در حوزه های مختلف مدیریت، کیفیت و بهره وری، استراتژیک، فروش، تعالی سازمانی، اندازه گیری عملکرد و بازاریابی، اینک با این شعار به میان شما آمده ایم تا از منظری دیگر به طرح مباحث روز سازمان ها و بنگاه های کسب و کار ایران پردازیم.

انتشارات امیران، برای اولین بار در ایران، با طرح ایده **Pictural and Attractive Books** به میان شما آمده تا با توجه به محدودیتهای وقت و انرژی شما عزیزان، کتاب هایی را به شما عرضه نماید تا ضمن کاربردی بودن در هر یک از حوزه های کسب و کار، به راحتی و در کمترین زمان ممکن اصل مطلب را به شما منتقل نماید.

کتابی که پیش رو دارید اولین کتابی است که با این رویکرد در انتشارات امیران تهیه و تالیف و به زیور طبع آراسته شده است.

انتشارات امیران، ضمن تشکر از مولفین این کتاب، و شرکت لبیات صباح که به عنوان حامی مالی، امکان چاپ این کتاب را فراهم آوردند، امیدوار است کتاب های مندرج در این کتاب، در شما که به نوعی چیزی برای فروش دارید کمک کند تا با جلب رضایت مشتریان خود، زندگی سعادت مندی برای خود و سازمان تان رقم بزنید.

در اینجا از کلیه شرکتها و سازمان های ایرانی که مایل به حمایت از چاپ کتابهای بعدی انتشارات امیران هستند، دعوت به همکاری می نمائیم. پیشاپیش از این که ما را از نظرات سازنده خود آگاه می سازید، سپاسگزاریم.

اکرم امیران
مدیر انتشارات امیران

به نام آنکه جان را فکرت آموخت

آنکه گردانید رو، زان مشتری

بخت و اقبال و بقا شد زو، بری

روشن و مبرهن است که تمامی زحمات یک بنگاه اقتصادی در دستان پرتوان واحد بازاریابی و فروش آن به ثمر می‌نشیند. در حقیقت در صورت عدم بازاریابی و فروش صحیح، هیچ اقدام درستی در بنگاه معنی ندارد. ضرورت و اهمیت بازاریابی و فروش حرفه‌ای در سازمانها هنگامی به درستی درک میشود که به تفاوت ویژگیهای بازار امروز نسبت به گذشته توجه کنیم. بازار دیروز بسیار گسترده، غیر رقابتی و با رشد تقاضای بالا بود و عمر محصولات در آن بسیار طولانی و انعطاف‌پذیری بسیار کم بود، اما در بازار امروز رقابت بسیار شدید، عمر محصولات کوتاه و رقابت بسیار جدی و انعطاف‌پذیری بالا مورد نیاز می‌باشد. با این توضیح، بازاریابی و فروش حرفه‌ای به همراه شناخت درست و بخش‌بندی و تعیین بازار هدف، ورود برنامه ریزی شده به آن، از شروط لازم موفقیت در کسب و کار است.

مدیران امروز، باید به حقایقی که تمامی کسب و کارهای رقابتی با آن روبرو هستند توجه کنند. ایشان باید بدانند که هیچ بازاری امنیت کامل ندارد و مطمئن باشند که سازمان خود را نمی‌توانند با همان سطح تفکر و دانشی که تا کنون اداره کرده‌اند در آینده نیز اداره کنند. لزوم نیازمندی به مدل‌های جدید کسب و کار و توانمندی، دانش، بینش و روشهای نوین متناسب با شرایط روز بازار، یک حقیقت انکارناپذیر و غیرقابل اجتناب می‌باشد.

سازمان‌ها برای موفقیت باید بر ارزشهای مشتریان خود تمرکز کنند و فعالیتهای خود را بر چارچوب شایستگی‌های محوری خود گسترش و توسعه دهند. بنابراین اقدام مدیران در بازاریابی و فروش و استقرار فرآیند مشتری مدارانه همراه با کارکنان حرفه‌ای و آموزش دیده از وظایف بنیادی مدیران در این برهه محسوب میشود. امید است تمامی مخاطبان این اثر ارزشمند با مطالعه و تفکر در مطالب و موضوعات ارائه شده با حرکت هوشمندانه و دانش پایه، فرآیند بازاریابی و فروش حرفه‌ای را تسریع نموده و تعالی سازمان و آموخته‌های خود را ارتقاء بخشند.

احمد ابراهیمی
مدیر عامل گروه صنعتی صباح