

بسم الله الرحمن الرحيم

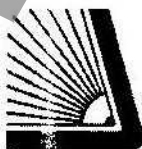
ن و القلم و ما یسطرون

شخصیت شناسی (انیگرام)

برای فروشنندگان حرفه ای

چگونه بر موانع ذهنی خود غلبه کنیم و هوش هیجانی
خود را افزایش دهیم

محمدرضا حق پرست



انتشارات نظری

حق پیرست، محمدرضا / نویسنده	سرنامه
شخصیت شناسی (انیگرام) برای فروشنندگان حرفه ای - چگونه بر موانع ذهنی خود غلبه کنیم و فروش هیجانی خود را افزایش دهیم / محمدرضا حق پیرست	عنوان و نام پدیدآور
انتشارات نظری ۱۳۹۳	مشخصات نشر
۱۹۲ ص.	مشخصات ظاهری
۹۷۸-۶۰۰-۲۸۹-۱۷۲-۳	شابک
فبیا	وضعیت فهرست نویسی
چگونه بر موانع ذهنی خود غلبه کنیم	عنوانی دیگر
تب های شخصیتی نه گانه - فروشنندگان - مرقبت در نسب و کار - جنبه های روان شناسی	موضوع
BF ۶۹۸.۳۵/ع ۷-۳۳ ۱۳۹۳	رده بندی کنگره
۱۵۵،۲۶:	رده بندی دیویی
۳۴۹۸۰۵۱:	شماره کتابشناسی ملی

نام کتاب: شخصیت شناسی (انیگرام) برای فروشنندگان حرفه ای

"چگونه بر موانع ذهنی خود غلبه کنیم و فروش هیجانی خود را افزایش دهیم"

نویسنده: محمدرضا حق پیرست

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۳

شمارگان: ۱۰۰۰

لینوگرافی، چاپ و صحافی: چاووش، شریف و اشراقی

انتشارات نظری

تکلیه حقوق چاپ و نشر مخصوص و محفوظ ناشر می باشد

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولی عصر (عج)، خیابان سید جمال الدین اسدآبادی (یوسف آباد)

نیش خیابان فتحی شقای، جنب بانک انصار، پلاک ۳۲، طبقه ۲، واحد ۱۷

info@nashrenazari.com www.nashrenazari.com

همراه: ۰۹۱۹۰۱۳۹۴۵۵ تلفن: ۸۸۱۰۲۷۷۵

پیام کوتاه: ۱۰۰۰۰۸۸۱۰۲۷۷۵

قیمت: ۸۰۰۰۰ ریال

فهرست

۵	فهرست
۱۳	پیش گفتار
۱۷	فصل ۱- آشنائی با انیگرام
۱۷	تاریخچه
۲۱	تیپ های جانی (بالها)
۲۱	مسیر آرامشی و مسیر تنشی
۲۳	سه مرکز شعور
۲۴	مرکز سر (شعور ذهنی)
۲۵	مرکز قلب (شعور احساسی)
۲۶	مرکز بدن (شعور غریزی)
۲۷	چگونه تیپ خود را شناسایی کنیم
۲۸	تیپ ۱

تیپ ۲ ۳۲

تیپ ۳ ۳۶

تیپ ۴ ۳۹

تیپ ۵ ۴۲

تیپ ۶ ۴۶

تیپ ۷ ۴۹

تیپ ۸ ۵۲

تیپ ۹ ۵۶

فصل ۲ - تیمهای انیگرام به عنوان فروشنده ۵۹

فروشنده تیپ ۱ ۶۱

توصیه های برای فروشندگان تیپ ۱ ۶۳

خود را سرزنش نکنید ۶۳

به سخنان مشتری توجه کنید ۶۴

در هنگام مواجهه با انتقاد خود را کنترل کنید ۶۵

از بحثهای بی مورد اجتناب کنید ۶۷

مراقب لحن و صدای خود باشید ۶۸

استراحت و تفریح کنید ۶۹

یاد بگیرید ۷۰

اقدام کنید ۷۲

تمرینهایی برای تیپ ۱ ۷۳

- فروشنده تیپ ۲ ۷۴
- توضیحه هایی برای فروشندگان تیپ ۲ ۷۶
- توقعات بیجا از مشتری نداشته باشید ۷۷
- نیازهای مشتری را بشناسید ۷۸
- درخواست کنید ۷۸
- تمرینهائی برای فروشنده تیپ ۲ ۸۰
- فروشنده تیپ ۳ ۸۱
- توصیه هائی برای فروشندگان تیپ ۳ ۸۲
- صداقت درونی خود را تقویت کنیم ۸۳
- قولی ندهید که نتوانید به آن عمل کنید ۸۴
- عجبه نکنید ۸۵
- فروتن باشید ۸۶
- برای دیگران وقت بگذارید ۸۷
- اقدام کنید ۸۷
- تمرین هایی برای تیپ ۳ ۸۸
- فروشنده تیپ ۴ ۸۹
- توصیه هائی برای فروشندگان تیپ ۴ ۹۰
- منحصر به فرد بودن خود را در فروش بجوئید ۹۰
- بیشتر شنونده باشید تا گوینده ۹۳
- به امکانات و داشته ها توجه کنید ۹۳

- ۹۳..... اقدام کنید
- ۹۴..... تمرینهایی برای فروشنده تیپ ۴
- ۹۵..... فروشنده تیپ ۵
- ۹۷..... توصیه هائی برای فروشندگان تیپ ۵
- ۹۷..... مشتری را با اطلاعات بمباران نکنید
- ۹۸..... به احساسات خود اجازه بروز دهید
- ۹۹..... در دسترس مشتری باشید
- ۱۰۰..... تمرینهایی برای تیپ ۵
- ۱۰۱..... فروشنده تیپ ۶
- ۱۰۳..... توصیه هائی برای فروشندگان تیپ ۶
- ۱۰۳..... برای دیگران توانائی بیش از حد قابل نشود
- ۱۰۴..... بازی بده، اما ... را کنار بگذارید
- ۱۰۵..... از موفقیت نترسید و اقدام کنید
- ۱۰۶..... از تماس با افراد دارای پست و مقام بپرهیزید
- ۱۰۷..... برای غنیه بر ترس بدون داشتن برنامه اقدام نکنید
- ۱۰۷..... نکاتی که در هنگام دیدار با مشتری باید رعایت کنید
- ۱۰۸..... اقدام کنید
- ۱۱۱..... تمرین هایی برای تیپ ۶
- ۱۱۲..... فروشنده تیپ ۷
- ۱۱۳..... توصیه هائی به فروشندگان تیپ ۷

- ۱۱۳..... به لیزها و خواسته های مشتریان خود توجه کنید
- ۱۱۴..... کار را تمام کنید
- ۱۱۵..... ارتباط خود را با مشتریان حفظ کنید
- ۱۱۵..... مشکلات را هم ببینید
- ۱۱۶..... تمرینهایی برای تیپ ۷
- ۱۱۷..... فروشنده تیپ ۸
- ۱۱۸..... توصیه هایی برای فروشندگان تیپ ۸
- ۱۱۸..... صریح باشید ولی زنده صحبت نکنید
- ۱۲۰..... به مشتری احترام بگذارید
- ۱۲۰..... همه چیز را با هم نخواهید
- ۱۲۲..... خواسته های خود را اولویت بندی کنید
- ۱۲۳..... به مشتری زمان برای تصمیم گیری بدهید
- ۱۲۴..... تمرینهایی برای تیپ ۸
- ۱۲۵..... فروشنده تیپ ۹
- ۱۲۷..... توصیه هایی برای فروشندگان تیپ ۹
- ۱۲۷..... اقدام کنید
- ۱۲۹..... امور نخست را نخست قرار دهید
- ۱۳۰..... مشوقی برای خود پیدا کنید
- ۱۳۰..... روراست باشید
- ۱۳۱..... تمرینهایی برای تیپ ۹

۱۳۲	چند موضوع عمومی
۱۳۲	فرآیند فروش را دنبال کنید
۱۳۴	تماس سرد (تماس با افراد غریبه)
۱۳۵	ایجاد حس دوستی در مشتری
۱۳۷	گوش دادن را یاد بگیرید
۱۳۹	تأثیر لحن و صدا
۱۴۱	ارسال نامه تشکر به مشتری
۱۴۱	درخواست کنید
۱۴۴	هر روز خود را ارزیابی کنید (تمرین سوم)
۱۴۹	فصل ۳ - تهیه‌های انیگرام به عنوان مشتری
۱۵۰	خریدار تیپ ۱
۱۵۴	توصیه هایی برای فروش به افراد تیپ ۱
۱۵۶	رفع اختلاف با افراد تیپ ۱
۱۵۸	خریدار تیپ ۲
۱۶۰	توصیه هایی برای فروش به افراد تیپ ۲
۱۶۲	رفع اختلاف با تیپ ۲
۱۶۳	خریدار تیپ ۳
۱۶۵	توصیه های برای فروش به افراد تیپ ۳
۱۶۶	رفع اختلاف با تیپ ۳
۱۶۸	خریدار تیپ ۴

۱۶۹.....	توصیه هایی برای فروش به افراد تیپ ۴.....
۱۷۰.....	رفع اختلاف با تیپ ۴.....
۱۷۲.....	خریدار تیپ ۵.....
۱۷۴.....	توصیه هایی برای فروش به افراد تیپ ۵.....
۱۷۵.....	رفع اختلاف با تیپ ۵.....
۱۷۶.....	خریدار تیپ ۶.....
۱۷۷.....	توصیه های برای فروش به افراد تیپ ۶.....
۱۷۸.....	رفع اختلاف با تیپ ۶.....
۱۷۹.....	خریدار تیپ ۷.....
۱۸۱.....	توصیه هایی برای فروش به افراد تیپ ۷.....
۱۸۲.....	رفع اختلاف با تیپ ۷.....
۱۸۲.....	خریدار تیپ ۸.....
۱۸۳.....	توصیه های برای فروش به افراد تیپ ۸.....
۱۸۴.....	رفع اختلاف با افراد تیپ ۸.....
۱۸۵.....	خریدار تیپ ۹.....
۱۸۶.....	توصیه هایی برای فروش به افراد تیپ ۹.....
۱۸۷.....	رفع اختلاف با افراد تیپ ۹.....
۱۸۹.....	درباره نویسنده.....
۱۹۱.....	منابع.....

پیش گفتار

از شما ممنونم که این کتاب را برای مطالعه انتخاب کرده اید و امیدوارم مطالعه آن برای شما سودمند باشد. بی شک شما از کسانی هستید که برای ارتقای دانش خود اهمیت فراوانی قائلند و برای پیشرفت خود وقت و هزینه صرف می کنند.

اما در این کتاب درباره چه می خواهیم با شما صحبت کنیم؟ همه می دانیم که یک فروشنده برای موفقیت باید مهارت‌های مختلفی را یاد بگیرد، مهارت‌هایی مانند ارائه مطلب، مذاکره و چانه زنی، خاتمه فروش و غیره. بی شک تمامی این مهارت‌ها لازم است. اما کسانی که در زمینه فروش تجربه لازم را دارند می دانند که مهمترین مهارت مورد نیاز توانایی برقراری ارتباط مؤثر با دیگران است. این مطلب بخصوص در فروشهای صنعتی و سازمانی از اهمیت زیادی برخوردار است. فروشنده قبل از هر کار دیگر باید بتواند اعتماد مشتری را جلب کند و حسن تفاهم و دوستی در او بوجود بیاورد. خریدار جز در مواردی نادر که چاره ای نداشته باشد بسیار بعید است که از فردی که نتوانسته نظر مساعد او را نسبت به خودش جلب کند خریدی انجام بدهد.

به همین دلیل است که در کتابهای مختلف فروش معمولاً فصلهایی از کتاب به ایجاد ارتباط مؤثر با مشتری اختصاص داده می شود. در این بخش از کتابها تکنیکهای رفتاری خاصی برای جلب نظر و دوستی مشتری آموزش داده می شود.

اما تکنیکهای رفتاری به تنهایی کافی نیست و معمولاً میحث دیگری نیز با عنوان شخصیت شناسی یا نظایر آن در این کتابها گنجانده می شود. برای اینکه فایده بحث شخصیت شناسی را بدانیم باید کمی درباره هوش هیجانی صحبت کنیم.

امروزه روان شناسان هوشهای متفاوتی برای انسان قائل هستند. یکی از این هوشها که همه کم و بیش با آن آشنا هستیم هوش ذهنی یا همان IQ است. دانیل گلمن که تحقیقات وسیعی در مورد هوش انجام داده است اعتقاد دارد که در کار تجارت و فروش این هوش نقش دوم را بازی می کند و هوش دیگری به نام هوش هیجانی از اهمیت بسیار بیشتری برخوردار است. به عبارت دیگر افراد موفق در زمینه تجارت و فروش از هوش هیجانی بالاتری نسبت به دیگران برخوردار هستند. این هوش قابل ارتقاء است و می توان با آگاهی و تمرین آن را افزایش داد.

طبق تعریف گلمن هوش هیجانی عبارت است از توانایی ردیابی و درک احساسات خود و دیگران، برای ایجاد انگیزه در خود و مدیریت احساسات خود و دیگران.¹

با توجه به تعریف هوش هیجانی متوجه می شویم که فایده شخصیت شناسی این است که ما می توانیم با شناخت شخصتهای مختلف قدرت

1) Manning, Gerald A. & others, Selling Today, Prentice Hall, 2012, P50

پیش بینی درباره رفتار و احساسات افراد مختلفی که با آنها ارتباط داریم، را بدست می‌آوریم.

در کتابهای فروش متدهای شخصیت شناسی مختلفی معرفی می شود که گاه قدمت آن به ۳۵۰۰ سال پیش و زمان بقراط حکیم می رسد. تقریباً تمامی این نظریات شخصیت افراد را به چهار گروه تقسیم می کنند.

در سال ۸۲ سمینار آموزشی یک روزه ای در مورد فروش برای کارشناسان فروش گروه زلمز برگزار می کردم. در حین سمینار یکی از شرکت کنندگان در مورد ویژگیهای یکی از مشتریانش صحبت کرد و از من پرسید که چه رفتاری باید با او داشته باشد. راستش را بخواهید آن زمان اطلاعات من در مورد شخصیت منحصر بود به همان چه که در کتابهای مختلف فروش خوانده بودم و بر اساس همان اطلاعات پاسخی به سؤال فوق دادم. ولی احساس کردم که پاسخ من دقیق و روشن نیست و ویژگیهایی که در سؤال مطرح شده است بطور کامل بر هیچ یک از چهار گروه شخصیتی که می شناختم منطبق نیست. در آنجا متوجه شدم که دسته بندیهای چهارگانه در هنگام استفاده با محدودیتهایی روبرو هستند. بعدها در تجربیات روزمره نیز متوجه شدم که این دسته بندی ها شناخت جامع و مانعی از شخصیت افراد ارائه نمی دهد و بسیاری از افراد خارج از این دسته بندیها قرار می گیرند.

آن سؤال و مشاهدات بعدی من موجب شد که به مطالعه بیشتر در باره شخصیت بپردازم و بدین منظور کتابهای مختلفی را مطالعه کردم، تا اینکه در سال ۸۷ با انیگرام^۱ آشنا شدم و متوجه شدم که این سیستم اطلاعات جامعتر و کاربردی تری در مورد شخصیت انسان در اختیار ما قرار می دهد. بنابراین به مطالعه بیشتر در مورد انیگرام علاقه مند شدم. با افزایش مطالعات و مشاهداتم کارایی این دانش در شناخت خود و اطرافیانم بیشتر بر من

آشکار می شد و حس می کردم که این دانش قدرت پیش بینی خوبی در مورد دیگران به من می دهد و به من کمک می کند تا با فهم نیازها و حساسیتهای افراد مختلف رابطه مؤثرتری با آنها برقرار کنم.

در ضمن متوجه شدم که با کمک انیگرام می توانم به شناخت بهتری از نقاط ضعف و قوت خودم دست پیدا کنم و حتی با بررسی تیپ خودم توانستم نقاط ضعفی را که در نقطه کور دید من قرار داشت و تا آن زمان قادر به درک و شناخت آنها نبودم، در خودم پیدا کنم. با مطالعه انیگرام متوجه شدم که در چه زمانی کارهای لازم را کنار می گذارم و اقدامی انجام نمی دهم و در چه مواقعی که نباید کاری انجام بدهم، فعالیتهای بی ثمری انجام می دهم. همچنین متوجه شدم چه اشکالاتی در ارتباطاتم با دیگران وجود دارد و چه ضعفهایی در تصمیم گیری دارم.

یک بار دیگر تعریف هوش هیجانی را مطالعه کنید. در این تعریف بر زیر نظر گرفتن و مدیریت احساسات خود و دیگران و ایجاد انگیزه در خود تأکید شده است. من متوجه شدم که انیگرام سیستمی است که می تواند به ارتقای هوش هیجانی کمک کند. بنابراین تصمیم گرفتم که کتابی درباره کاربرد انیگرام در فروش بنویسم و دیگر همکاری را که علاقه مند به این مباحث هستند در دانسته های خودم شریک کنم. این کتاب حاصل این تصمیم است و امیدوارم که از آن حداکثر استفاده را ببرید.

امیدوارم پیشنهادات و انتقادات خود را نسبت به این کتاب برای چاپهای بعدی از طریق پست الکترونیک زیر با من در میان بگذارید:

info@modirepishro.com

همچنین اگر این کتاب را مفید یافتید آن را به دوستان و همکاران خود توصیه کنید.