

مدیریت فروش

مؤلفان: وایثر، کستلبری و تانر

ترجمه: محمد ابراهیم کوهریان و فاطمه نورانی

سرشناسه : ویس، بارتون ا.، ۱۹۴۱ - م. Barton A. Weitz
 عنوان و نام پدیدآور : مدیریت فروش
 مشخصات نشر : تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۴.
 مشخصات ظاهری : ۲۹۸ ص.: مصور (رنگی)، جدول، نمودار
 شابک : 978-964-468-443-2
 وضعیت فهرست نویسی : فبای مختصر
 یادداشت : فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی: <http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است
 یادداشت : عنوان اصلی: Selling Building partnerships.
 شنا: فزوده : گوهریان، محمدابراهیم، ۱۳۳۱ -
 شناسه: افزوده : نورانی، فاطمه، ۱۳۴۹ -
 شماره کتابشناسی ملی: ۳۷۹۷۸۸۹

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۴۴۳-۲

نام کتاب: مدیریت فروش *

مؤلفان: وایتز، کستلبری و تان

مترجمان: محمدابراهیم گوهریان، فاطمه نورانی

اصلاح و صفحه آرایی: سپیده اله وردی

ویرایش: آرزو انواری

نمونه خوانی: عذرا خوئینی‌ها

نسخه پردازی: نیاز هدایت

چاپ اول: ۱۳۹۴

شمارگان: ۳۰۰ نسخه

قیمت: ۱۶۰۰۰ ریال

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

ناشر: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

تمام حقوق برای ناشر محفوظ است.

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، بالاتر از بلوار کشاورز، شماره ۱۲۰۲،

تلفن: ۶۶۹۳۹۳۲۹

وبسایت: www.cppc.ir

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
ج	پیشگفتار.....
ز	مقدمه.....
۱	بخش اول: رشته فروش.....
۳	فصل اول: فروش شخصی ماهیت، نقش و پدایش ای.....
۳۷	فصل دوم: مسائل اخلاقی و قانونی در فروش.....
۵۱	بخش دوم: فروش و مهارت‌های لازم در فروش.....
۵۳	فصل سوم: فرآیند و رفتار مربوط به خرید.....
۹۵	فصل چهارم: اصول فروش موفق.....
۱۲۹	فصل پنجم: فروش تطبیقی.....
۱۶۷	بخش سوم: مدیرفروش.....
۱۶۹	فصل ششم: مدیریت زمان و قلمرو کاری.....
۲۰۱	فصل هفتم: مدیریت داخل شرکت.....

فصل هشتم: مدیریت موقعیت خود ۲۳۳

موارد ایفای نقش ۲۷۱

www.ketab.ir

پیشگفتار

این چهل سال اخیر، فقط برای ما، بلکه برای همهٔ مردم دنیا سال‌های مهیجی بوده است. واکنش مردم نسبت به بخش چاپ کتاب «فروش» بیش از حد انتظار بود. طی این مدت توانستیم با بسیاری از مداخلان این زمینه آشنا شویم و مطالب زیادی را از آنها فرا بگیریم. علاوه بر آن، اطلاعات و تجربیات بسیار به دستمان رسید. این کار واقعاً مهیج و ارزشمند بود. در پهنهٔ گیتی شاهد تحولات بسیار بودیم، از جمله: فروپاشی اتحاد شوروی، ایجاد منطقهٔ تجارت آزاد آمریکای شمالی (NAFTA) و تغییرات مشابه دیگری، شامل رویای ایجاد بازار مشترک جهانی و شاهراه‌های اطلاعاتی تحقق پیدا کرده است. پیوندهای جدیدی که در گذشته غیرممکن به نظر می‌رسید، امروزه کاملاً عادی هستند و بسیاری از پیوندهای ناگسستگی قدیمی از هم گسسته شده‌اند. براین، در زمان ما، مهارت در فروش - اهمیتی به مراتب بیش از گذشته دارد.

فلسفهٔ ما

فنون فروش از عصر فروش محصول فراتر رفته است. پیوندهای راهبردی شرکت‌ها و جنبه‌های تجاری آن از اهمیت زیادی برخوردار است و به همین دلیل در بسیاری از مؤسسات، فروش حرفه‌ای، به رشته‌ای ضروری در بازاریابی تبدیل شده است و در دانشکده‌ها و انستیتوهای بازرگانی مهم‌ترین واحد درسی محسوب می‌شود.

با این وجود، نظر ما به این نیست که تمام دانشجویان رشته فروش، فروشنده شوند، بلکه دانشجویان این رشته باید اصول فروش را آنقدر خوب یاد بگیرند که اگر کارفرما آموزش تکمیلی را فراهم نکند در کنار خریداران، اعتماد کافی در خود احساس کنند، حتی اگر معامله‌ای توسط خریداران انجام نگیرد. در عین حال، دانشجویانی هم که قصد ورود به این حرفه را ندارند بیش از همه در این زمینه فعالیت می‌کنند.

بدف دیگر ادغام مواد درسی با دیگر رشته‌های نظری است. در حالی که هیچ امری عملی بر از یک تئوری خوب نیست. گاهی دانشجویان اظهار می‌دارند که این کلاس تنها درسی است که آنها می‌توانند در آن مطلبی یاد بگیرند که قابل استفاده باشد. ما فعالیت‌های خود را برگزیند و ترش داده‌ایم تا موادی از رشته‌ها و اصول دیگر را در این رشته بگنجانیم و کاربرد تئوری‌ها را هنگام فروش نشان دهیم. عده‌ای از شما به ما گفته‌اید که شما هم چنین تجربه‌ای را داشته‌اید و این کتاب را در ادغام مطالب، سودمند یافته‌اید. ما خوشحالیم که موفق گردیم و امیدواریم که این کتاب در پیشرفت کار شما مؤثر باشد.

آموزش فروش

اهمیت فروش در تجارت و فنون آن، روش تدریس فروش را غیب داده است. ویژگی‌های بی‌نظیر این کتاب در فناوری فروش عبارتند از:

۱. مروری بر فرآیند فروش سستی، روش شروع کار، ارائه محصول، نشان دادن مزایا و چگونگی تحقق اهداف و بستن معامله. این فرآیند جدید شامل برنامه‌ریزی راهبردی فراخوان‌های فروش، ایجاد فراخوان‌های فروش، تقویت ارتباطات، پاسخ سودمند به اعتراضات، ایجاد تعهد و ایجاد شراکت است.
۲. تأکید این کتاب بر ضرورت انعطاف‌پذیری فروشنده و انطباق راهبردهای وی با نیازهای مشتریان و روش‌های اجتماعی خریداران است.

۳. بحث کاملی از چگونگی دستیابی به فروش مؤثر و رشد شغلی از طریق برنامه‌ریزی و آموزش مداوم ارائه می‌شود.

این ویژگی‌ها در قالبی کاملاً قابل فهم ارائه شده است و با بیان مثال‌هایی از برنامه‌های فروش جاری و فروشندگان کالا به روشن شدن موضوع کمک کرده است.

شراکت از محل کار به اتاق درس

به دور کلی مطالب کتاب‌های درسی همواره گسترش می‌یابند، بررسی می‌شوند و توسط افراد متخصص اصلاح می‌شوند. در این باره هم فرقی نمی‌کند و ما همان روند را ادامه داده‌ایم. ما نیز این کتاب را براساس نظرخواهی استفاده‌کنندگان و بررسی‌کنندگان اصلاح کرده‌ایم. تفاوت در این است که این کتاب را مدیران فروش و فروشندگان حرفه‌ای که عملاً خود با مسائل فروش سروکار دارند، بررسی کرده‌اند. آنها برای ما مشخص کردند که دانشجویان باید چه کاری انجام دهند تا آماده رویاروی با مسائلی شوند که در آینده، فراروی آنها قرار خواهد داد.

دانشجویان فصل‌های این کتاب را قبل از انتشار بازبینی کرده‌اند؛ چرا که آنها در نهایت افرادی هستند که باید مطالبی را از آن بیاموزند. نظرات آنها را قبل از اصلاحات پرسیدیم. مطالب این کتاب براساس پیشنهادها و نظرهای آنها گردآوری شده است.

مقدمه

فروش به پنج بخش تقسیم می شود. بخش اول، شامل مطالبی راجع به رشته فروشندگی است که عبارتند از: ماهیت، نقش، پاداش های فروش، معنای واقعی فروش و مسئولیت های قانونی و اخلاقی فروشنده.

بخش دوم، توضیح می دهد که مهارت های بنیادی برای فروشنده موفق لازم است. در این بخش، درباره فرایند فروش اصول ایجاد ارتباط مؤثر و همچنین اتخاذ روش های منحصر به فرد و نیازهای مشتری، مطالبی می آموزید.

در بخش سوم، راجع به مطالب مهم بحث می کند و نشان می دهد که چگونه فروشنده می تواند توانایی هایش را رشد دهد. این مطالب شامل تنظیم زمان و دارایی، کار کردن با شرکت خود و تنظیم فعالیت های روزانه می شود.

