

مبانی مهندسی فروش

انتشارات اساتید ایران

محمد خدارحمی

www.ketab.ir

سرشناسه	: خدارحمی، محمد، ۱۳۵۸
عنوان و نام پدیدآور	: مبانی مهندسی فروش / محمد خدارحمی
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات اساتید ایران، ۱۳۹۲
مشخصات ظاهری	: ۲۴۲ ص.
شابک	: ۹۷۸-۹۶۴-۶۳۸۶-۴ ۱۵۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
موضوع	: مدیریت فروش
ردیف بندی	: فروشندگی - راهنمایی شغلی
رده بندی دیویی	: HF۵۴۳۸/۱۳۹۲۴ م ۲/خ ۴
شماره ثبت کتاب	: ۸۱/۶۵۸
تاریخ درخواست	: ۳۳۲۸۹۱۴
تاریخ پاسخگویی	: ۱۳۹۲/۰۸/۲۷
کد پیگیری	: ۱۳۹۲۰۰۹۰۰۲
	: ۳۳۲۸۵۶۸

نام کتاب	 مبانی مهندسی فروش
گردآورنده	 محمد خدارحمی
ناشر	 انتشارات اساتید ایران
تایپ و صفحه‌آرایی	 پروین حسینی‌زاده
چاپ اول	 پاییز ۱۳۹۲
شمارگان	 ۲۰۰۰ جلد
قیمت	 ۱۶۰۰ تومان
شابک	 ۹۷۸-۹۶۴-۶۳۸۶-۴ ISBN 978-964-6386-42-6
تلفن مرکز پخش و فروش	 ۹۱-۶۶۵۷۲۴۹۰

فهرست

فصل (۱) فنون فروش

۱۶	فنون فروش
۱۶	دسته بندی مدیریت بازاریابی و فروش
۱۷	ضرورت توجه به مسأله بازاریابی و فروش
۱۹	تعریف اولیه بازاریابی
۲۱	تعریف جدید
۲۲	فروش چیست
۲۳	فروشنده کیست؟
۲۴	مشتری کیست؟
۲۵	فروش از دیدگاه سنتی
۲۷	هنر فروشنده‌گی یا علم فروش؟
۲۹	مشتری
۲۹	ارتباط با مشتری
۳۰	نیاز مشتری چیست؟
۳۲	چرا مشتریان می‌روند؟
۳۲	فروشنده موفق

فصل (۲) مدیریت فروش چیست؟

۳۴	وظایف مدیر فروش چیست؟
۳۶	برنامه‌ریزی
۳۷	سازماندهی
۳۸	تامین نیروی انسانی
۳۹	هدایت

فرایند مدیریت فروش	۴۰
تحلیل اطلاعات و بدست آوردن روندهای مختلف	۴۰
پیش بینی فروش های آتی براساس روندهای قبلی	۴۰
تعیین سهمیه و مناطق فروش	۴۱
تعیین تعداد فروشندگان و عاملین فروش	۴۱
روش های فروشنده موفق	۴۲
کتاب اسرار بازاریابی مشتری	۴۳
شنیدن مؤثر	۴۳
متعهد به سازمان	۴۴
پرشور و با انرژی	۴۴
مسئولیت پذیر	۴۵
در دسترس مشتریان بودن	۴۵
فصل (۲) : مدیریت کانال های توزیع	
خرده فروشی	۴۸
انواع خرده فروشی	۴۹
عمده فروشی	۵۱
انواع عمده فروشی	۵۲
عمده فروشان تاجر	۵۲
اصول موفقیت در خرده فروشی	۵۴
خودتان را بشناسید	۵۴
صنعت خود را بشناسید	۵۵
مشتریان خود را درک کنید	۵۶
نقدینگی خود را مدیریت کنید	۵۶
روش های مدیریت سالم را به کار ببرید	۵۷
تصویر و ذهنیت ممتاز خود را توسعه دهید	۵۸

از حرفه‌ای‌ها درس بگیرید ۶۰

فصل (۴۱) دانش فروشندگی و مهندسی فروش

دانش فروشندگی ۶۲

دانش تجاری ۶۲

دانش درباره صنعت ۶۳

دانش درباره محصول ۶۴

دانش درباره رقبا و محصولات آنها ۶۵

مهندسی فروش ۶۵

ویژگی‌های مهندسی فروش ۶۷

مراحل اصلی مهندسی فروش ۶۸

تماس اصلی ۶۹

معرفی کالا ۶۹

خدمات مهندسی فروش ۷۱

برگزاری دوره‌های آموزشی ۷۲

مدیریت خدمات پس از فروش ۷۴

گارانتی و وارانتهی ۷۶

جایگاه‌یابی و ایجاد تمایز ۸۱

فصل (۵) مشتری‌یابی

مشتری‌یابی ۸۴

منابع اطلاعاتی جهت مشتری‌یابی ۸۵

ملاقات و مذاکرات ۸۵

ویژگی‌های لازم یک فروشنده برای موفقیت ۸۹

مهارت‌های غیرکلامی ۹۱

فنون یازده‌گانه کارساز در بازاریابی و تبلیغات (مشتری‌یابی) ۹۳

پنج فن موفق برای بازاریابی ۹۹

۹۹	 پنج فن طلایی در بازاریابی
۹۹	 همیشه نوآوری داشته باشید
۱۰۰	 منبعی معتبر باشید
۱۰۱	 هدف نهایی محصول را ارتقا دهید
۱۰۸	 سایر را پیش‌بینی کنید

فصل (۶): بازاریابی تلفنی

۱۰۶	 آموزش بازاریابی فروش تلفنی
۱۱۷	 گام‌های طلایی برای بازاریابی و فروش تلفنی

فصل (۷): فروشندگان

۱۲۲	 ویژگی‌های شخصی فروشندگان
۱۲۳	 اهمیت شخصیت فروشندگان
۱۲۴	 فروشندگان خوب دارای چه ویژگی‌هایی هستند؟
۱۲۵	 وضع ظاهری
۱۳۲	 روشها و اخلاقیات شخصی فروشندگان
۱۳۵	 شناخت برخی از عوامل مفید شخصیتی فروشندگان
۱۴۲	 اعتماد به نفس
۱۴۴	 دانستن معانی لغات
۱۴۵	 قدرت تجسم و تصور فروشندگان
۱۴۶	 خود مدیریتی فروشندگان
۱۵۰	 تنبلی
۱۵۰	 چگونگی خودسازی فروشندگان
۱۵۲	 نصیحت‌پذیری فروشندگان
۱۵۳	 بعضی از رفتارهای مربوط به افراد موفق در فروش
۱۵۵	 نیاز به برنامه‌ریزی فروشندگان

فصل (۸): وظایف و مسئولیت‌های فروشندگان

۱۵۸.....	وظایف و مسئولیت‌های فروشنده
۱۶۰.....	انواع مشاغل فروش
۱۶۰.....	فروش یک بار در برابر فروش چندبار
۱۶۱.....	فروش با توجه به نوع مشتری
۱۶۲.....	فروش با توجه به نوع محصول
۱۶۳.....	فروشنده ثابت در برابر فروشنده سیار
۱۶۴.....	فروش خفیه در برابر فروشنده ای که فقط سفارش را دریافت می‌کند
۱۶۵.....	فروش با توجه به حوزه عملیات
۱۶۸.....	مذاکر با مشتری
۱۶۹.....	آموزش مشتری
۱۷۱.....	تحویل کالا
۱۷۱.....	مدیریت در یک منطقه فروش
۱۷۲.....	انجام تحقیقات بازار
۱۷۲.....	جمع‌آوری اطلاعات در مورد رقبای
۱۷۶.....	اخذ اطلاعات جهت برنامه‌ریزی مطلوب عرصه الب فروش
۱۷۸.....	ایجاد وجهه حرفه‌ای بودن فروشنده نزد خریداران احتمالی
۱۸۰.....	مطالعه قبل از تماس برای افراد
۱۸۴.....	فعالیت قبل از تماس برای شرکت‌ها
۱۸۹.....	منابع جمع‌آوری اطلاعات در مورد مشتریان احتمالی
۱۹۲.....	جمع‌آوری اطلاعات از طریق مشاهده

فصل (۹) نحوه برخورد با مشتری

۲۰۲.....	اهداف تماس با مشتری احتمالی
۲۰۵.....	ارزشیابی مشتری احتمالی
۲۰۹.....	اخذ فرصت مصاحبه در حقیقت یک فرایند فروش می‌باشد
۲۳۳.....	خلاصه