

چگونگی پیگیری مشتریان بالقوه

بازاریابی شبکه‌ای

“حالا نه” را به “همین حالا” تغییر دهید!

www.ketab.ir

تام “بیگ ال” شرایتر

کیث شرایتر

مترجم: پیام مقیم اسلام

سرشناسه	شرايتر، تام
عنوان و نام پندآور	Schreiter, Tom
مشخصات نشر	چگونگی پیگیری مشتریان بالقوه بازاریابی شبکه‌ای: "حالا نه" را به "همین حالا" تغییر دهید/ تام بیگال شرایتر، [کیث بیگال شرایتر] مترجم پیام مقیم اسلام.
مشخصات ظاهری	تهران: پیام مقیم اسلام، ۱۳۹۶.
صفحه آرایشی	۹۴ ص. ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.
طرح جلد	مینا دادوند
شابک	مینا دادوند
وضعیت فهرست نویسی	۹۷۸-۶۰۰-۰۴-۷۹۲۲-۰
تیراژ	فیا
	۱۵۰۰
یادداشت	How to follow up with your network marketing prospects: عنوان اصلی: turn not now into right now!
موضوع	بازاریابی چندسطحی
موضوع	Multilevel marketing
موضوع	بازاریابی مستقیم
موضوع	Direct marketing
شناسه افزوده	شرايتر، کیث
شناسه افزوده	Schreiter, Keith
شناسه افزوده	مقیم اسلام، پیام، ۱۳۹۶ - مترجم
رده بندی کنگره	۶۹۳۱ ۹۴۱۵/HF۵۴۱۵/ش ۱۲۶/پ ۱۹۳۱
رده بندی دیویی	۸۷۲/۴۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۴۷۴۹۷۸۹
قیمت:	ریال ۱۰۰۰۰۰



عنوان: چگونگی پیگیری مشتریان بالقوه بازاریابی شبکه ای

نویسنده: تام شرایتر

مترجم: پیام مقیم اسلام

ناشر: مؤسسه فرهنگی هنری بوی انار سرخ

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۵۰۰ نسخه

لیتوگرافی: آیکان

چاپ و صحافی: مؤژان

طراح جلد: مینا دادوند

بها: ۱۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۰۴-۷۹۲۲-۰

مقدمه

ما معمولا از مشتریان بالقوه مان می شنویم که :

* باید خوب بهش فکر کنم.

* الان زمان مناسبی نیست.

* من واقعا سرم شلوغ است.

* الان نه، شاید بعدا.

البته که مشتریان ما می توانند مودبانه به ما بگویند که علاقه ای ندارند، اما آنها مشتریان بالقوه ما هستند، اینطور نیست؟ بنابراین، آنها به فرصت ها علاقه نشان می دهند اما چیزی هست که مانع آنها می شود.

آیا آنها از این می ترسند که خیلی زود تصمیم بگیرند؟ آیا آنها با ما راحت نیستند؟ آیا پرزنتیشن^۱ خسته کننده بوده است؟ دلیل تاخیر هرچه که باشد، ما باید پیگیر مشتری های بالقوه ای خود باشیم.

قرار نیست که پیگیری ترسناک باشد. قرار نیست که ما احساس گناه یا اضطراب داشته باشیم. لزومی ندارد که ما نگران مشتریان بالقوه ای که تماس های مارا جواب نمی دهند باشیم. پیگیری مناسب به این معناست که ما مکالمات خوبی با مشتریان بالقوه خود داشته باشیم. مشتری ما منتظر شنیدن خبری از سوی

ماست. ما همیشه با مشتری تفاهم داریم و لحظه‌ای که زمان مناسبی برای مشتری‌هایمان باشد، ما آنجا خواهیم بود. جذاب نیست؟

از تکنیک‌های این کتاب استفاده کنید تا مشتریان را رو به جلو، از "حالا نه" به "همین حالا" سوق دهید.

تام "بیگ ال" شرایتر

www.ketab.ir