

اصول مشارکت در فروش

مؤلفان: وایثرا کستلبری و تانر

ترجمه: محمد ابراهیم کوهریان و فاطمه نورانی

عنوان و نام پدیدآور : اصول مشارکت در فروش
 مشخصات نشر : تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۴.
 مشخصات ظاهری : ۳۸۷ ص.: مصور، جدول، نمودار
 شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۴۴۲-۵
 وضعیت فهرست‌نویسی : فیای مختصر
 یادداشت : فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی: <http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است
 یادداشت : عنوان اصلی: Selling Building Partnerships
 شناسه افزوده : گوهریان، محمدابراهیم، ۱۳۳۱ -
 شناسه نزوده : نورانی، فاطمه، ۱۳۴۹ -
 شماره کتابشناس ملی : ۳۷۹۷۹۰۰

شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۴۴۲-۵

نام کتاب: اصول مشارکت در فروش
 مؤلفان: وایتز، کستلبری و تانر
 مترجمان: محمدابراهیم گوهریان و فاطمه نورانی
 اصلاح و صفحه‌آرایی: سپیده اله‌وردی
 ویرایش: آرزو انواری
 نمونه‌خوانی: عذرا خوئینی‌ها
 نسخه‌پردازی: نیاز هدایت
 چاپ اول: ۱۳۹۴
 شمارگان: ۳۰۰ نسخه
 قیمت: ۲۰۰۰۰ 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.cppe.ir

* این کتاب برگردان بخشی از کتاب زیر است:

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
ج	پیشگفتار.....
ز	مقدمه.....
۱	بخش اول: اصول مشارکت.....
۳	فصل اول: ایجاد روابط شراکتی.....
۳۱	فصل دوم: مسائل اخلاقی و قانونی در شراکت.....
۴۷	فصل سوم: اصول ارتباط موفق.....
۸۷	بخش دوم: فرآیند مشارکت.....
۸۹	فصل چهارم: مشتری‌یابی.....
۱۱۹	فصل پنجم: برنامه‌ریزی جلسات فروش.....
۱۴۲	فصل ششم: برگزاری جلسات فروش.....
۱۷۴	فصل هفتم: افزایش سطح کیفی مطالب برای معرفی محصول.....
۲۰۸	فصل هشتم: پاسخ به اعتراض‌ها.....
۲۴۲	فصل نهم: گرفتن تعهد خرید.....

- فصل دهم: ایجاد شراکت درازمدت ۲۷۰
- بخش سوم: کاربردهای ویژه ۳۱۰
- فصل یازدهم: مذاکرات رسمی ۳۱۲
- فصل دوازدهم: فروش به بنکداران ۳۴۲

پیشگفتار

این چند سال اخیر، فقط برای ما، بلکه برای همه مردم دنیا سال‌های مهیجی بوده است. واکنش مردم نسبت به نخستین چاپ کتاب «فروش» بیش از حد انتظار بود. طی این مدت توانستیم با بسیاری از مدیران این زمینه آشنا شویم و مطالب زیادی را از آنها فرا بگیریم. علاوه بر آن، اطلاعات و تجربیاتمان را مبادله کنیم. این کار واقعاً مهیج و ارزشمند بود.

در پهنه گیتی شاهد تحولات بسیاری بودیم، از جمله: فروپاشی اتحاد شوروی، ایجاد منطقه تجارت آزاد آمریکای شمالی (نافتا)، تغییرات مشابه دیگری، شامل رویای ایجاد بازار مشترک جهانی و شاهراه‌های اطلاعاتی متعلق پیدا کرده است. پیوندهای جدیدی که در گذشته غیرممکن به نظر می‌رسید، امروزه کاملاً عادی هستند و بسیاری از پیوندهای ناگسستنی قدیمی از هم گسسته‌اند. بنابراین، در زمان ما، مهارت در مشارکت - اهمیتی به مراتب بیش از گذشته دارد.

فلسفه ما

فنون شراکت 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 احداث کنند، حتی اگر معامله‌ای توسط خریداران انجام نگردد. در عین حال، دانشجویانی هم که قصد ورود به این حرفه را ندارند بیش از همه در این زمینه فعالیت می‌کنند. هدف از طرح این رشته فراهم کردن شراکت سالم و مهارت‌های ارتباطی است که برای همه‌شان مفید است.

هدف دیگر ادغام وادی با دیگر رشته‌های نظری است. در حالی که هیچ چیز عملی‌تر از یک تئوری خوب نیست. گاهی دانشجویان اظهار می‌دارند که این کلاس تنها کلاسی است که آنها می‌توانند در آن مطلبی یاد بگیرند که قابل استفاده باشد. ما فعالیت‌های خود را گسترش دادیم 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 بودیم و امیدواریم که این کتاب در پیشرفت کار شما مؤثر باشد.

شراکت

اهمیت شراکت در تجارت و فنون شراکت، روش تدریس فروش را تغییر داده است. ویژگی‌های بی‌ظنیر این کتاب در پژوهش در زمینه مشارکت عبارتند از:

۱. برنامه‌ریزی راهبردی فراخوان‌های فروش، ایجاد فراخوان‌های فروش، تقویت ارتباطات، پاسخ سودمند به اعتراضات، ایجاد تعهد و ایجاد شراکت است.

۲. توصیف کاملی از فرآیند شراکت و خرید که شرکت‌های تجاری از آن استفاده می‌کنند و تغییراتی که در این فرآیندها روی می‌دهد. روش‌های مربوط به شراکت داخلی و خارجی برای تحویل کل مقادیر کالا.

۳. تأکید این کتاب بر ضرورت انعطاف‌پذیری فروشنده و انطباق راهبردهای وی با نیازهای مشتریان و روش‌های اجتماعی خریداران است.

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

شراکت از محل کار به اتاق درس

به طور کلی مناسب 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 بررسی کنندگان اصلاح کرده‌ایم. تفلیس این است که این کتاب را مدیران فروش و فروشندگان حرفه‌ای که عملاً خود با مسائل فروش سر و کار دارند، بررسی کرده‌اند. آنها برای ما مشخص کرده‌اند که دانشجویان بد چه کاری انجام دهند تا آماده رویاروی با مسائلی شوند که قرن آینده، فرا روی آنها 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 علی‌الاصلاحات پرسیدیم. مطالب این کتاب براساس پیشنهادها و نظرهای آنها گردآوری شده است.

مقدمه

مشارکت با سه بخش تقسیم می‌شود. بخش اول، شامل مطالبی راجع به اصول مشارکت است که عبارتند از: ایجاد روابط شراکتی، مسئولیت‌های قانونی و اخلاقی در شراکت و اصول ارتباطی وفق.

در بخش دوم، فعالیت‌های ایجاد شراکت بین فروشنده و مشتری را می‌آموزید. با مطالعه این بخش، باید مهارت‌های درک مشتری درباره یافتن مشتریان احتمالی، برنامه‌ریزی و یافتن نیازها، استفاده از ابزارها، کمکی دیداری و کاربرد روش مؤثر، تقویت شود، همچنین باید روش‌های پاسخ دادن به شکایات، دادن تعهد و فراهم کردن خدمات بعد از فروش را در سطح عالی فراگیرید.

بخش سوم به بررسی کاربردهای خاص می‌پردازد، در این بخش مطالبی را درباره نقش جالب و بی‌نظیر فروش کالا به بنکداران می‌آموزید.