

مدیریت فروش

نویسنده:
برایان تریسی

برگرداننده به فارسی:
فریبا یارزی



نشر فرا

Tracy, Brian.

سرشناسه: تریسی، برایان، ۱۹۴۴ - م

عنوان و نام پدیدآور: مدیریت فروش/نویسنده برایان تریسی؛ برگرداننده به فارسی فریبا یآوری

مشخصات ظاهری: ۱۲۸ ص.

مشخصات نشر: تهران: سازمان فرهنگی فرا، ۱۳۹۷.

شابک: 978-600-6092-48-5

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

Sales management 2015

یادداشت: عنوان اصلی:

موضوع: ۱. مدیریت فروش Sales management ۲. رهبری Leadership

مناسه افزوده: یآوری، فریبا، ۱۳۳۶ - ، مترجم

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۷ م۴/ت۴ HF۵۴۳۸/۴

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۸۱

شماره کتابشناسی ملی: ۵۱۰۰۸۱۰

نام کتاب: مدیریت فروش

نویسنده: برایان تریسی

مترجم: فریبا یآوری

ویراستار علمی: دکتر فریبا یآوری

صفحه‌آرایی: نوگس میرصانع

فرایند چاپ: امیر تاجیکی

نوبت چاپ: اول، تابستان ۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۱۲۵۰۰ تومان

ISBN 978-600-6092-48-5

شابک ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۹۲-۴۸-۵

ناشر: فرا

نشانی: تهران، خیابان ولی عصر، مقابل پارک ساعی، پلاک ۲۳۶، صندوق پستی ۱۴۳۴۷

در دسترس: ۷۰۲ ۸۸۸۸۰۷۰۰

تلفن بخش و فروش: ۸۸۸۸۰۷۰۰-۱

پست الکترونیک: info@fara.ir

چاپ و صحافی: کاری‌نو

سازمان فرهنگی فرا، خوانندگان گرامی را به حمایت از «موسسه خیریه مهر گیتی»

جهت توسعه فرهنگی و آموزشی مناطق کم‌برخوردار کشور فرا می‌خواند.

شماره تماس با «موسسه خیریه مهر گیتی»: ۸۸۱۳۷۶۵۴۵ (۰۲۱)

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

فهرست

۷	مقدمه ناشر
۹	پیش‌گفتار
۱۳	۱- نقش مدیر فروش
۱۷	۲- تشکیل گروه فروش بزرگ
۲۳	۳- انتخاب قهرمانان
۲۹	۱- آغاز به کار خوب برای فروشندگان
۳۵	۲- مدیریت با توجه به اهداف فروش
۴۱	۳- روان‌سازی رفقت در فروش
۴۷	۴- استفاده از فرمول کارکرد
۵۳	۵- بهینه‌سازی روش هبری
۵۹	۶- پاداش‌دهی به کارکرد فروش
۶۵	۷- پرورش فروشندگان پیر
۶۹	۸- طراحی فعالیت‌های فروش
۷۵	۹- برآوردن نیازهای اصلی فروشندگان
۸۱	۱۰- حفظ تمرکز فروشندگان
۸۵	۱۱- به کارگیری روش CANEI
۹۱	۱۲- تبادل اندیشه برای بهینه‌سازی فروش
۹۷	۱۳- نظم‌دهی موثر فروشندگان
۱۰۳	۱۴- اخراج کارکنان ضعیف
۱۰۹	۱۵- الگو بودن رهبر
۱۱۵	۱۶- شیر کنترل کارکرد
۱۱۹	۱۷- چهار اصل برای تربیت فروشندگان
۱۲۵	۱۸- شجاعت، لازمه موفقیت

مقدمه ناشر

راستی آموز، بسی جوفروش هست در این کوی، که گندمنماست «پروین»

در فرهنگ و ادبیات ما اصطلاح «گندمنمای جوفروش» بسیار به کار می‌رود که صفتی نکوهیده برای یک فروشنده است؛ فروشنده‌ی مشتری‌فریبی که سبب بی‌اتمادی بین فروشنده و خریدار می‌شود. اعتماد پایه‌ی هر ارتباط پایدار است و مانند پستی است که دو طرف هر رابطه را به هم پیوند می‌دهد. فروش، رابطه بین فروشنده و خریدار است و صاحب‌نظران بر این باورند که «اعتماد، چسب فروش است». هر فرآیند فروش، با برقراری یک ارتباط بین خریدار و فروشنده آغاز می‌شود و با جلب اعتماد خریدار، به فروشی موفق می‌انجامد. پایبندی به این رابطه اعتمادآفرین و نیوشیدن پند نظامی، فروش‌های آینده را نیز برای یک فروش، تضمین می‌کند.

ز بهر سود خود این پند بیوس / عای کان بنخرند از تو، مفروش

بنابراین، فروشنده خوب کسی است که می‌داند با فراهم آوردن یک شرایط برد-برد، مشتری را برای خرید مشتاق سازد. به این که مشتری را بفریبد و کالای ناخواسته‌ای را به او «قالب» کند.

مهارت حل‌مساله، برای فروشنده مهارتی بایسته است. فروشنده باید بتواند دریابد که مشتری برای خرید یک کالا یا خدمت، به دنبال پیدا کردن راه حل برای چه مشکلی است. بنابراین لازم است تا فروشنده نیاز واقعی یک مشتری را پیدا کند و با فروش کالا یا خدمتی مناسب، بتواند نیاز مشتری را با بهترین شرایط پاسخ گوید.

برایان تریسی که خود مشاور برجسته‌ای در زمینه فروش است، در کتاب «مدیریت فروش» به مدیران فروش یادآور می‌شود که «به فروشندگان امکان

دهید تا با قرار گرفتن در جایگاه مناسب، محصولات و خدمات مناسب را به مشتریان مناسب آن‌ها بفروشند تا بتوانند بهترین عملکرد خود را ارائه دهند. وی در این کتاب، راهکارهایی کاربردی برای مدیران فروش ارائه می‌دهد و با اشاره به یافته‌های پژوهش‌ها یادآور می‌شود که «تمام شرکت‌های موفق، نیروهای فروش برجسته دارند». تریسی مدیریت فروش را «مهارت کلیدی» در سازمان‌ها برمی‌شمارد و پرورش مدیران فروش برجسته را نیاز اصلی هر کارسودآور و موفق می‌داند.

نویسنده بیش از ۱۰ مشکل‌های فروش در یک سازمان را ناشی از فروشندگان نامناسب می‌داند و مدیران گوشزد می‌کند که باشتاب به گزینش کارکنان فروش نپردازند چرا که اشتباه در آن پرهزینه است. انتخاب فرد مناسب، فراهم آوردن آموزش مناسب، ایجاد و حفظ انگیزه در کارکنان فروش، سه عامل اساسی برای داشتن یک واحد فروش موفق در سازمان است.

یافته‌های پژوهش‌ها نشان می‌دهد که شرکت‌های سودآور برای انتخاب کارکنان فروش، مراحل گزینش پرشماری دارند. همچنین این شرکت‌ها فروشندگان جدید را پیش از آغاز به کار، آموزش می‌دهند و پس از آن نیز رقم‌های چشمگیری را برای آموزش پیوسته‌ی این فروشندگان سرمایه‌گذاری می‌کنند.

سازمان فرهنگی فرا خواندن این کتاب را به همه مدیران و به‌ویژه مدیران فروش پیشنهاد می‌کند. مدیرانی که می‌دانند فروش، رگ حیات هر کسب‌وکاری است و به گفته‌ی مولانا، رونق بازارشان در دست فروشندگان شایسته است.

که تا رونق دهد بازار ما را

بگو شکر فروش شکرین را

دکتر فریبا لطیفی

مدیرعامل