

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کاسبی ماهرانه ایرانی

نویسنده: امید فدائی منش

سرشناسه: فغانی منش، امید، ۱۳۵۴ --
عنوان و نام پدیدآور: کاسیس ماهرانه ایرانی نویسنده: امید فغانی منش
مشخصات نشر: تهران، انتشارات ایده نگار، ۱۳۹۱
مشخصات ظاهری: ۱۲۰ ص
فروست: مجموعه کتابهای مربع دانش
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۶۲۲-۰۰۲
وضعیت فهرست نویسی: فیا
موضوع: فروشندگی
موضوع: بازاریابی
موضوع: مدیریت فروش
رده بندی کنگره: ۱۳۹۱ ۷۲۵/۴۵ IIF01A
رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۵
شماره کتابشناسی ملی: ۳۰۵۰۸۴۳

مبنا (سبلی خاص)
MABNA

کاسیس ماهرانه ایرانی

ناشر: انتشارات ایده نگار

نویسنده: امید فغانی منش

صفحه آرایشی و طراحی جلد: منیر غریبی

ناظر چاپ: منیر غریبی

نوبت چاپ: اول

قطع: خشتی

شمارگان: ۲۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۶۲۲-۰۰۲

نشانی مرکز پخش

تهران، میدان فردوسی، خیابان ایرانشهر، پلاک ۱۶، طبقه سوم، واحد ۵

کدپستی: ۱۵۸۱۶۱۷۳۵ تلفن: ۲۱ و ۵۸۲۰ ۵۳۵۸۸

کلیه حقوق قانونی این اثر متعلق به انتشارات ایده نگار (ناشر مجموعه کتابهای مربع دانش) می باشد. تکثیر
تمام یا قسمتی از این اثر به هر شکل ممنوع است.

بخش اول

اقتصاد در کاسبی

- ۱۱ فروش اقساطی، هرگز!
- ۱۳ حاشیه امن ایجاد کنید
- ۱۵ اگر مقتصد نباشید، کاسب نمی شوید
- ۱۷ به میزان سود، توجه کنید، نه مبالغ فروش
- ۱۹ چاره‌ای نیست، باید پس انداز کنید
- ۲۱ مداوم، سرمایه گذاری کنید
- ۲۳ ربا، هرگز!!!
- ۲۵ پول، شبیه خرگوش است

بخش دوم

راهبردهای سودصند در کاسبی

- ۲۹ پرسش همیشگی مشتری: چرا باید از شما بخرم؟
- ۳۱ حتی یک مشتری ناراضی هم، زیاد است!
- ۳۳ مشتری هم؛ فقط مشتری قدیم!

۳۵	«خلاقمندی»، تمایز می‌آفریند.....
۳۷	با مشتریان معامله نکنید! مراوده نمایید.....
۳۹	باید همه چیز، به هم بیفتد.....
۴۱	تقلید نکنید، هوشمندانه الگوبرداری نمایید.....
۴۳	همواره به نتایج هم، توجه کنید.....
۴۵	وفای به عهد، توصیه پروردگار و مطلوب مشتریان.....
۴۷	در کاسبی، دو دو تا، نمی‌شود چهار تا!.....
۴۹	«انسانمداری» و دیگر هیچ.....
۵۱	هیجان زدگی، خودکشی است.....
۵۳	با رقیبان، همدست شوید.....
۵۵	آشنا، همان مشتری و مشتری، همان آشنای شماست.....
۵۷	«نان شب» بفروشید!.....
۵۹	فقط، یک گام فراتر از انتظارات مشتری!.....
۶۱	کاسبی را رها کنید!.....
۶۳	«پولمداری»، مداری بر پولداری.....

۶۵	انبارداری ممنوع!
	بخش سوم
	فنون فروش در کاسبی
۶۹	تا حد امکان، پس بگیرید
۷۱	اِقلام کم، اما جور؛ بهتر از تنوع ناجور
۷۳	تحويل اجناس در محل مشتری، مزیت ساز و برطرفدار
۷۵	شعار تبلیغاتی: منحصر بفرد، شفاف و جذاب
۷۷	«ارزان فروشی»، برکت بیشتر
۷۹	اول تحقیق، آنگاه تبلیغ
۸۱	کارت ویزیت؛ مؤثر در توسعه بازار
۸۳	تضمین محصول؛ وظیفه فروشنده
۸۵	هدیه؛ رمز ماندگاری در ذهن مشتری
۸۷	کیفیت مهم نیست! انطباق با نیاز مشتری اهمیت دارد
۸۹	از تراکت تبلیغاتی استفاده کنید
۹۱	ویترین یا انباری!

فهرست مطالب

- ارسال پیامک (SMS) ابزاری کارآمد در تعامل با مشتریان ۹۳
- ایرانیان، خرید بدون پانه و دهن را دلچسب نمی‌دانند ۹۵
- قرعه کشی و جایزه، همچنان جذاب ۹۷
- ثبات بیشتر، با ثبت اطلاعات مشتریان ۹۹
- کدامیک؟ به هم ریختگی یا نظم؟ ۱۰۱
- باقیمانده اجناس را حراج کنید ۱۰۳
- قیمت مناسب، سودآورترین مبلغ قابل پرداخت توسط مشتری ۱۰۵
- خواسته مشتریان: آگاهی فنی فروشنده از محصول ۱۰۷
- شنیدن، هنر است؛ مؤثرتر بشنوید ۱۰۹

بخش چهارم

مهارت‌های خرید در کاسبی

- سود کاسبی، در خرید مناسب است ۱۱۳
- نسیه بخرید، نقد بفروشید ۱۱۵

مراجع و منابع

تقدیم به مرحوم پدر،
 که کاسبی را ماهرانه به شیوه ایرانی- اسلامی
 انجام می داد...

خاطر م هست، از کودکی، کاسبی را دوست می داشتم. هنگامی که با یکی از اقوام نزدیک (حاج حسن حلاجی) برای جور کردن اجناس مغازه شان به بازار می رفتیم، حس عجیبی داشتم. نگاه کردن به ویرین فروشگاه ها و اجناس مختلف، قیمت گرفتن، گپ و گفتگو با بازاری ها و چای خوردن، خریدن اجناس و چک دادن از داخل کیسه سفید رنگی که پر از پول و دسته چک بود و از ترس سرقت، شبیه گونی بونج انتخاب شده بود (!) و دست آخر هم، بار زدن اجناس بر روی موتورسیکلت و حمل تا مغازه، فقط تصویری به یادماندنی و شیرین در ذهنم به جای گذاشته است. اگر چه هیچ وقت به طور جدی کاسبی نکرده ام، اما همواره با نگاهی موشکافانه کسب و کارها را بررسی و تحلیل نموده ام. ارتباط با استاد امور بانوان شهرداری تهران از سال ۱۳۸۹ و آموزش مهارت های خوداشتغالی، به زنان سرپرست خانوار و ابراز لطف سرکار خانم دکتر مشیر (مشاور محترم شهردار تهران در امور بانوان)، مدیریت و کلارکنان ستاد توانمندسازی شهرداری تهران، باعث شد تا برای نگارش کتاب حاضر، با رویکرد مدیریت کسب و کارهای فروشگاه های و صنفی ایرانی، مصمم شوم.

محور نگارش کتاب، طرح موضوعات، در ۵۰ نکته، پیرامون «مبانی و اصول کاسبی، مبتنی بر فرهنگ ایرانی - اسلامی» است که در حوزه‌های زیر تدوین گردیده‌اند:

* مالی و اقتصادی (سرمایه‌گذاری، حسابداری و تأمین مالی)

* خرید و تأمین کالا

* بازاریابی (محصول، قیمت، مکان عرضه، تبلیغات)

* مهارت‌های فروش (فنون مذاکره، مدیریت، روانشناسی ارتباط با مشتریان و زبان بدن)

* راهبردهای سودمند (انتخاب مسیرها، سیاست‌گذاری‌های کلان و تصمیمات کلیدی)

در آخر، از زحمات و همراهی صمیمانه جناب آقای مهندس سعید غریبی و سرکار خانم منیر غریبی، تشکر و قدردانی می‌نمایم. امیدوارم این نوشتار، که با حمایت اداره کل آموزش‌های شهروندی معاونت برنامه‌ریزی و توسعه شهرداری تهران منتشر می‌گردد، مورد استفاده کسبه ایرانی قرار گیرد و از سوی برخی اشخاص، به تألیف کتاب‌های بازاری (۱) متهم نشوم، که هر آنچه نگاشته‌ام مبتنی بر تجربه، اعتقاد، دانش و منطبق بر فرهنگ جامعه بوده است، نه لزوماً خوش آمد استاید تئوری محور علم زده علم زدا !

امید فدائی‌منش

زمستان ۱۳۹۱