



هفت راز منشی موفق

به سفارش : شرکت بین المللی پونه منطقه آزاد چابهار

تالیف : علیرضا حقگو

شابک : ۹۶۴-۰۶-۳۵۴۲-۱

ISBN: 964-06-3542-1

حقوق، علیرضا، ۱۳۵۰

هفت راز منشی موفق / تألیف علیرضا حقوق -

تهران: علیرضا - ۱۳۸۲.

ISBN 964-06-3542-1 R15000 ۱۸ص. قیمت

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

۱. امور دفتری. الف. عنوان

۶۵۱/۳۷۴۱

HF۵۵۴۷/۵/ج ۷۵۷

۱۹۲۷۲ - ۸۲ م

کتابخانه ملی ایران

هفت راز منشی موفق

مؤلف: علیرضا حقوق

ویراستار: معصومه اسحق زاده

طراحی جلد: مرتضی شهرستانی

لیتوگرافی و چاپ: مروی

شمارگان: ۵۰۰۰

تاریخ انتشار: زمستان ۱۳۸۲

حق چاپ برای ناشر محفوظ است.

نقل با ذکر منبع بلامانع است.



ناشر و مؤلف: تهران، میدان جمهوری، خیابان جمهوری، بین باستان و

گلشن، ساختمان ۶۰۷، طبقه دوم، شماره ۷ تلفن: ۶۴۲۷۸۳۴

www.haghgoo.com

Email: info@haghgoo.com



هفت راز منشی موفق

عنوان

مقدمه

۹

فصل اول : اولین اقدام منشی حرفه ای

۱۳

۱-۱- منشی کیست ؟

۱۹

۲-۱- ابزار مورد نیاز منشی

۲۱

۳-۱- شروعی موفق با کسب اطلاعات

۲۲

۱-۳-۱- پژوهش رسمی و غیر رسمی

۲۲

۲-۳-۱- انواع روشهای جمع آوری اطلاعات

۲۲

۱-۳-۳-۱- جذب منابع اطلاعاتی مربوط به محصول یا خدمت

۲۳

۲-۳-۳-۲- جذب منابع اطلاعاتی مربوط به مشتریان

۲۳

۴-۳-۱- طبقه بندی اطلاعات

۲۴

۵-۳-۱- حفظ و نگهداری اطلاعات

۲۴

۶-۳-۱- اهمیت اطلاعات در اولین ارتباطات

۲۵

۱-۴-۱- اقسام شرکتها

۲۷

۲-۴-۱- دفاتر تجاری

۲۹

۳-۴-۱- سهم

۳۰

۴-۴-۱- انواع بورس

۳۰

۵-۴-۱- اوراق قرضه

۳۰

۶-۴-۱- برات

۳۱

۷-۴-۱- سفته

۳۱

۸-۴-۱- چک

فصل دوم : مهمترین عامل در انتخاب یک محصول یا خدمت

۳۶

۱-۲- توضیح درباره محصول یا خدمت



۳۷	۲-۲-شناسایی نیاز
۳۸	۳-۲-ویژگیهای مهم یک محصول
۳۹	۴-۲-دوران حیات یک محصول یا خدمت
۳۹	۱-۴-۲- بسته بندی
۴۰	۱-۲-۴-۲- بازار
۴۰	۲-۲-۴-۲- انواع بازار
۴۰	۳-۴-۲- توزیع
۴۱	۴-۴-۲- فروش
۴۱	۱-۴-۴-۲- ارکان اساسی فروش
۴۱	۲-۴-۴-۲- حربه های فروش
۴۲	۵-۴-۲- قیمت
۴۲	۱-۵-۴-۲- عوامل مؤثر در تعیین قیمت
۴۲	۱-۶-۴-۲- بازاریابی
۴۳	۲-۶-۴-۲- اهداف بازاریابی
۴۴	۳-۶-۴-۲- نظامهای بازاریابی (محصول گرا و بازار گرا)
۴۵	۷-۴-۲- مذاکره
۴۶	۸-۴-۲- روابط عمومی
۴۷	۱-۸-۴-۲- وظایف روابط عمومی
۴۸	۱-۹-۴-۲- تبلیغات
۴۸	۲-۹-۴-۲- ابزارهای تبلیغات تجاری
۴۹	۳-۹-۴-۲- استراتژی تبلیغی
۵۰	۴-۹-۴-۲- اهداف تبلیغات

۵۱	۲-۹-۵-آثار تبلیغات
۵۱	۲-۹-۶-آژانس تبلیغاتی
۵۳	۲-۴-۱۰-مطبوعات
۵۵	۲-۴-۱۱-کیفیت
۵۵	۲-۴-۱۱-کنترل کیفیت
۵۵	۲-۴-۱۱-مدیریت کیفیت جامع (فراگیر)
۵۵	۲-۴-۱۲-استاندارد
۵۵	۲-۴-۱۲-انواع استاندارد
۵۷	۲-۴-۱۳-ایزو ۹۰۰۰
۵۸	۲-۴-۱۳-هدف سازمان بین المللی استاندارد (ایزو)
	فصل سوم: رعایت اصول مشتری گرایی
۶۱	۳-۱-مشتری مداری
۶۲	۳-۲-عوامل مؤثر در تعیین بهای یک محصول یا خدمت
۶۳	۳-۳-روشهای حمایت از مشتری
۶۴	۳-۴-چهارده روش مؤثر برای جلب دوستی دیگران
	فصل چهارم: اصول و مبانی ارتباط تلفنی
۶۷	۴-۱-چهل و دو قانون برای مکالمه حرفه ای دو طرفه
	فصل پنجم: کسب مهارت در هنر فروش تلفنی و اینترنتی
۷۳	۵-۱-کسب مهارت در هنر فروش تلفنی
۷۵	۵-۲-بایست و یک تکنیک و استراتژی جدید در مکالمه تلفنی موفق
۷۸	۵-۳-پنج مرحله مکالمه تلفنی موفق
۷۸	۵-۳-۱-قبل از تماس تلفنی

عنوان

هفت راز مٹی موفق

۷۹	۵-۳-۲- در هنگام تماس تلفنی
۷۹	۵-۳-۳- تماسهای مکرر تلفنی
۸۰	۵-۳-۴- پاسخگویی به تلفن
۸۰	۵-۳-۵- یک ارتباط مؤثر و مفید
۸۲	۵-۴-۱- اینترنت چیست ؟
۸۲	۵-۴-۲- آشنایی با بعضی کاربردهای اینترنت
۸۳	۵-۴-۳- هنر فروش و ارتباط اینترنتی
	۵-۴-۴- فواید بازاریابی در اینترنت نسبت به سایر روشهای
۸۶	بازاریابی
۸۷	۵-۴-۵- پست الکترونیک (E-mail)
۸۷	۵-۴-۶- چند روش بازاریابی با پست الکترونیک
۸۹	۵-۴-۷- وب (Web)
۹۰	۵-۴-۸- گروههای خبری در اینترنت
۹۰	۵-۴-۹- جستجوی اینترنتی با استفاده از بخش فارسی زبان
	فصل ششم : اصول نامه نگاری تجاری
۹۳	۶-۱- نامه
۹۴	۶-۲- نامه نگاری
۹۴	۶-۲-۱- چند راهنمایی برای نگارش نامه
۹۵	۶-۳- علامت گذاری
۱۰۰	۶-۴- نامه های تجاری
۱۰۴	۶-۵- بروشور



هفت راز منشی موفق

عنوان

۱۰۵	۶-۶- کاتالوگ
۱۰۶	۶-۷- نمابر (فکس)
	فصل هفتم : تعیین اهداف و برنامه ریزی
۱۰۹	۷-۱- برنامه ریزی
۱۱۱	۷-۲- دلایل نیاز به برنامه ریزی
۱۱۲	۷-۳- تعیین اهداف
۱۱۳	۷-۴- نظم و فرهنگ سازی منشی
۱۱۴	۷-۵- چهارده روش موثر برای دلبشتن کردن محیط کار
۱۱۶	۷-۶- استفاده از یک تجربه موفق
۱۱۷	منابع و مآخذ .



مقدمه

شرکتها، موسسات تولیدی و خدماتی سعی می کنند با کاهش هزینه ها و به گردش در آوردن تمامی تواناییهای موجود بهترین بهره برداری را از امکانات خود داشته باشند. این امر مستلزم آن است که نیروهای انسانی موجود در حرفه خود تخصص لازم را کسب نمایند. این تواناییها چه به صورت دانشگاهی و چه به صورت تجربی جزو سرمایه های یک شرکت محسوب می شود.

به طور حتم یکی از ارکان اساسی هر شرکتی منشی آن است و گواه این مطلب درخواست بی وقفه آن در روزنامه های کثیر الانتشار می باشد. منشی موفق علاوه بر آشنایی حداقل و مقدماتی با یک زبان خارجی، اپراتوری رایانه و تسلط به آن به عنوان یک محور هماهنگ کننده با مدیر، باید خلاقیت در سازماندهی درونی شرکت و شناسایی نیازهای مشتری را دارا باشد.

از خصوصیات بارز یک منشی موفق و موثر قبل از هر اقدامی شناخت کامل و اطلاعات دقیقی است که در مورد شرکت، محصول و یا خدمات شرکت خود به دست می آورد. مسئولیت خطیر یک منشی وقتی نمایان می گردد که او به عنوان صورت و نمای درونی و بیرونی شرکت مطرح می شود. او باید نشان دهد شرکت یا موسسه او با دقت و حسن توجه به دنبال نیاز خریدار به چه نوع محصولی است. او باید قادر باشد با اطلاعات خود یک مشتری را قانع کند. از خصوصیات منحصر به فرد یک منشی باهوش و با استعداد راز نگهداری و روحیه ترغیب کنندگی اوست. بنابراین با توجه به مسائل فوق الذکر؛ سعی شده که از جزئی ترین نکات تا برجسته ترین آن جهت رفع نیازها و خواسته های یک منشی موفق تهیه و ارائه گردد.

این مجموعه به شما کمک می‌کند که راههای موفقیت شغلی را زودتر بیمایید. اداره کردن و رهبری یک شرکت اگر به صورت آزمون خطا و دریافت تجربی اطلاعات باشد؛ کار مشکلی است و به زمان زیادی احتیاج دارد.

هفت فصل که دارای مطالب بسیار برجسته ای است به شما کمک خواهد کرد که تمام پتانسیل خود را به کار گیرید. هر فصل نمایانگر سالها تجربه است که افراد موفق و مسئول عنوان نموده اند و به صورت کاربردی (نه سلیقه ای) ارائه گردیده است.

امید است این کتاب شروعی باشد برای بهینه ساختن ارتباطات در عصری که انقلاب ارتباطات همه چیز را تحت شعاع خود قرار داده است و نیز بتواند در افزایش کارایی خواننده و امر اشتغال زایی نیز موثر افتد.

توجه : « در این کتاب منظور از شرکت و یا سازمان می تواند مجموعه واحد صنفی، آموزشی، تولیدی، اداری و ... با عوامل و زیر مجموعه ها و نیروهای انسانی مربوطه باشد که به نامهای موسسه، کانون، مرکز، وزارتخانه و... خوانده می شود.»