

چگونه بفروشیم

راهکارها و تکنیکهای فروش برای رسیدن به حداکثر فروش

ترجمه:
دکتر احمد روستا



تهران ۱۳۹۰



چگونه بفروشیم

مؤلف: رابرت اشتن
ترجمه: دکتر احمد روستا
ویراستار مقابله‌ای: نرگس کرملو
ویراستار فنی: پروانه خادمی
صفحه‌آرا: انتشارات کلک سیمین
طراح جلد: هوتن زنگنه پور
ناشر: کلک سیمین
ناظر چاپ: اسداله معظمی گودرزی
لیتوگرافی، چاپ، صحافی: فریدالدین
نوبت چاپ: اول
سال چاپ: ۱۳۹۰
تیراژ: ۱۰۰۰
قیمت: ۱۰۵۰۰۰ ریال

شابک: ۰ - ۴۱ - ۵۴۶۸ - ۶۰۰ - ۹۷۸

تهران: خیابان انقلاب، بین خیابان ابو ریحان و دانشگاه، پلاک ۱۱۸۲، طبقه ۸، واحد ۳۱ تلفکس: ۶۶۴۶۸۵۴۵

kelke_simin@yahoo.com

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای ناشر محفوظ است.

سرشناسه	: اشتن، رابرت Ashton, Robert
عنوان و نام پدیدآورنده	: چگونه بفروشیم: راهکارها و تکنیکهای فروش برای رستوران به حداکثر فروش / [رابرت اشتن]؛ ترجمه احمد روستا.
مشخصات نشر	: تهران، کلک سیمین، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	: ۱۲۸ ص.
شابک	: ۱۰۵۰۰۰ ریال: 0-41-5468-600-978
وضعیت فهرست نویسی	: قی
یادداشت	: عنوان به انگلیسی: How to sell.
یادداشت	: فروشندگی
موضوع	: موفقیت
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: روستا، احمد: ۱۳۳۷ - مترجم
رده بندی کنگره	: ۱۳۸۹ ج ۸ الف/۵۴/۵۴۳۸/۱۱۴
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۲۲۱۱۴۵

سُخَن کِلک

سُخَن کِلک هم سخنی است از آن دست سخنان که دیگران آورده‌اند و رانده‌اند؛ این هم سخنی است نیمه‌بریده که عمر به پایان می‌رساند و به پایان نمی‌رسد. حدیثی است دیگر از زبان کِلکی دیگر، این حدیث از سر دُردی است که ما می‌گوییم؛ اگر چه ما را ز درد عشق با کس حدیث نیست و حاجتی نیست که بر زبان آید اما گریز و گزیری هم نیست جز آنکه در بیان آید و از کِلک سیمین تراود و زاید.

کِلک سیمین هم ناشری است چون دیگران، دیر آمده است با کوله‌باری از سخنان نیمه‌بریده، از همه چیز و از همه جا، تا همیشه ...

کِلک سیمین، حامی خدمت بر تن کرده برای نشر آثار فخیم و انتشار اندیشه‌های عظیم، تا چه قبول افتد و چه در نظر آید؛ که گفته‌اند:

«اینم قبول پس که بهیرم بر آستان

تا نسبتم کنند که خدمتگزار اوست»

و این بار کِلک سیمین افتخار انتشار «چگونه بفروشیم» را یافته است. ترجمه‌ای ارزشمند از استاد ارجمند جناب آقای دکتر احمد روستا، با بررسی و ارائه راهکارهایی برای بیان نقش تجاری فروش، مهارت‌های فروش، بازاریابی و مذاکره برای بازاریابی و بنابر آنچه که نویسنده در پیشگفتار اثر حاضر آورده است: فروش عبارت است از ترغیب دیگران به پذیرش ایده‌های خود، و کسی که این شیوه را بیاموزد، در هر نقش تجاری دیگری نیز موفق خواهد شد.

«چگونه بفروشیم» درباره چگونگی ارائه تکنیک‌های فروش برای رسیدن به حداکثر فروش بحث می‌کند و روش‌های فروش را می‌آموزد. مشتری‌یابی و مشتری‌مداری و تأثیرگذاری بر نگرش مشتری را توصیه می‌کند و راهکارهایی برای حفظ ارتباط دائمی پس از فروش محصول به مشتری ارائه می‌دهد. امید است این اثر مورد استفاده علاقه‌مندان قرار گیرد؛ توفیق‌تان روزافزون!

اسداله معظمی‌گودرزی

تابستان ۱۳۹۰

پیشگفتار

فروش معرف میزان موفقیت همه بخشهای یک شرکت یا بنگاه در پاسخگویی درست به نیازها، انتظارات و اولویتهای مخاطبان و مشتریان است. به عبارت دیگر فروش مرحله ارزیابی واقعی هزینه و فایده برای خریدار و فروشنده است و فروش موفق فروشی است که فایده دریافتی برای هریک از آنها بیش از هزینه پرداختی توسط آنها باشد.

شناخت روزآمد واقعیتهای بازار و به ویژه آنچه مشتری می خواهد، می پسندد، می خرد و می پذیرد و تأمین، تولید و عرضه درست کالاها یا خدمات مورد نظر بازار و مشتری و انجام داد و ستدی که بتواند باعث آرامش و ارزش مادی و معنوی انسانها شود و روابطی پایدار، مفید و ارزشمند فراهم آورد، نیازمند مجموعه ای از مهارتها، فنون و ویژگیها و صفات است که ترکیبی از عوامل ذاتی و اکتسابی است.

«چگونه بفروشیم» کتابی است ساده و سازنده برای همه کسانی که می خواهند نه تنها بیشتر و بهتر بفروشند بلکه علاقه مند هستند تا بستر ساز بازگرداندن مشتری و خریدارانی جدید باشند که مشتری را خشنود و راضی می کنند. فروشنده زیرک و هوشمند کسی است که پیش از آنکه بداند چگونه بفروشد بداند و یاد بگیرد که مردم چگونه می خرند و فرایند فروش خود را بر مبنای فرایند خرید مشتریان یا خریداران تنظیم کند و با نزدیک کردن رفتار خود با خریداران باعث داد و ستدی مطلوب گردد.

فروش وظیفه و وسیله ای برای ارزش آفرینی و ارزش افزایی است و فروشنده کسی است که با فروش نهایی باعث خوشحالی گروههای متعددی از انسانهاست. خریدار از خرید خود لذت می برد و شرکتها به دستاورد خود خرسند می شوند. روحیه تازه ای می یابند تا باز هم پاسخگوی مخاطبان خود باشند. جمله ساده و کوتاه «چگونه بهتر بفروشیم» بیانگر تلاشی پویا برای یافتن راهکارهایی خلاقانه و رفتار و روابطی هوشیارانه برای بازارپذیری و مشتری پسندی است.

دکتر احمد روستا

تابستان ۱۳۹۰

فهرست

بیشگفتار	۱۰	
سازمان یافتن	۱۲	۱
جذب مشتریان بالقوه	۲۴	۲
پرسیدن	۴۶	۳
ایجاد التزام	۶۶	۴
بعد از اولین سفارش	۸۶	۵
افقهای خود را گسترش دهید	۱۰۲	۶

پیشگفتار

اگر بتوانید بفروشید، می‌توانید تقریباً در هر نقش تجاری دیگری نیز موفق باشید. فروش یعنی ترغیب دیگران به پذیرش ایده‌های شما، بعد از اینکه آنها موانع پیشرفت را با شما در میان گذاشتند، آنها پیشنهاد شما را خواهند پذیرفت. واضح است هر کس که اقتضای شغلش رو در رو شدن با مردم باشد به مهارت‌های فروش نیاز مبرم دارد، اما دیگران نیز از داشتن چنین توانایی‌هایی سود خواهند برد.

دنیای تجارت از زمانی که متون استاندارد برای تکنیک‌های فروش تدوین شده، تغییرات بسیار زیادی یافته است. فروش در سال‌های پایانی قرن گذشته اغلب به یک مبارزه تجاری می‌مانست که فروشنده می‌بایست به هر قیمتی برنده میدان باشد. در این مبارزه هیچ اسیری گرفته نمی‌شد و بکارگیری تاکتیک‌های خصمانه تا آنجا پیش رفته بود که در بعضی بخش‌ها، قانون برای حمایت از عموم به ناچار، پا به میدان گذاشته بود. شروع قرن جدید شاهد تغییرات شگرفی در نحوه انجام تجارت بوده است. امروزه اینترنت نقش مهمی در فروش بازی می‌کند و به مشتریان بالقوه امکان می‌دهد تا ظرف چند ثانیه تأمین کنندگان مختلفی را در گوشه و کنار دنیا مورد بررسی و کاوش قرار دهند. اطلاعات به‌وفور در دسترس هستند و هیچ نکته پنهانی وجود ندارد. دیگر جغرافیا مانع راه تجارت نیست و مشتریان شما به صرف اینکه هر دو در یک شهر مستقر هستید به کالای شما بسنده نمی‌کنند.

تغییرات اجتماعی نیز بوقوع پیوسته‌اند. ما تنوع طلبیم و مردم به نحوه تولید کالا و خدماتی که خرید می‌کنند اهمیت می‌دهند. دیگر قیمت‌های پایین ناشی از استثمار کارگران، عملیات بی‌کیفیت کشاورزی یا استفاده از تجهیزات با مبدأ نشناخته، حتی برای ساده‌ترین مشتریان غیر قابل قبول است. اطلاعات، ایده‌ها و تبلیغات همگی به فراوانی در اختیار عموم قرار دارند. تمامی این‌ها به این معنی است که برای فروش باید بدانید چرا بهترین هستید؛ صرف ارزان قیمت بودن موفقیت‌مند ماندگار

