

مدیریت فروش

بارویکس و نگارش مثبت

مؤلفان

ارشاد شکری

دکتر جمشید سالار

علی اکبر آفاجانی افروزی

انتشارات اسرار علم

۱۳۹۲

سرشناسه : شکری، ارشاد، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور : مدیریت فروش با رویکرد مثبت / مولفان ارشاد شکری، جمشید سالار، علی اکبر آقاجانی افروزی.
مشخصات نشر : تهران: اسرار علم، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری : ۱۶۸ ص.
شابک : 978-600-7191-01-9
وضعیت فهرست نویسی : فیا
موضوع : مدیریت فروش
موضوع : موفقیت در کسب و کار
شناسه افزوده : سالار، جمشید، ۱۳۵۹ -
شناسه افزوده : آقاجانی افروزی، علی اکبر، ۱۳۶۱ -
رده بندی کنگر : ۱۳۹۲ م۴ / نش ۵۴۳۸/۴ HF
رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸۱
شماره کتابشناسی ملی : ۳۲۷۵۱۳۳



انتشارات اسرار علم

مدیریت فروش با رویکرد مثبت

مؤلفین : ارشاد شکری (کارشناس ارشد تاریخ و فلسفه آموزش و پرورش) - دکتر جمشید سالار (استادیار

گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور) - علی اکبر آقاجانی افروزی (عضو هیئت علمی گروه

مدیریت بازرگانی دانشگاه پیام نور)

صفحه آرای: مؤسسه فرهنگی هنری طنین واژه هنر

نوبت چاپ : اول - ۱۳۹۲

تیراژ : ۱۰۰۰ نسخه

ناشر : انتشارات اسرار علم

چاپ : صادق

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۹۱-۰۱-۹

قیمت : ۷۵۰۰ تومان

تهران، میدان فاطمی، خیابان شهید گمنام، کوچه ۲/۱، پلاک ۹۲

۸۸۹۶۰۳۴۹ - ۸۸۹۷۳۵۳۱

فهرست مطالب

پیشگفتار نویسنده	۱۱
بخش اول: اصول اولیه فروش	۱۵
فصل ۱: ماهیت فروش	۱۷
بخش دوم: چه کسی می‌خرد و چه کسی می‌فروشد؟	۲۳
فصل ۲: چه کسی می‌خرد و چه کسی می‌فروشد؟	۲۵
یک داستان واقعی	۲۵
دلایل خرید	۲۷
شناسایی خریدار	۲۹
مواجهه با مقاومت روانی	۳۰
فصل ۳: چرا مشتریان از شما می‌خرند؟	۳۳
یک وجود مثبت	۳۴
در طول یک تماس تلفنی، مثبت باشید	۳۶
فصل ۴: نگرش، رمز اصلی فروش موفق	۳۹
نگرش، مبنای فروش مثبت	۳۹
نگرش از کجا ایجاد می‌شود؟	۴۰
لزوم درک درست از نگرش	۴۳
فصل ۵: خودتان را باور داشته باشید	۴۴

فصل ۶: شرکت خود را باور داشته باشید	۴۷
آیا شما به سازمان خود اطمینان دارید؟	۴۸
به سایر اعضای تیم خود اعتماد داشته باشید	۴۹
فصل ۷: به آنچه که می‌فروشید، باور داشته باشید	۵۳
تمرکز بر نیازهای مشتریان	۵۴
نتیجه‌گیری	۵۵
فصل ۸: قدرت صداقت	۵۸
مفهوم صداقت	۵۸
سناریو	۶۰
اگر سفارش‌ها طبق تعهد انجام نشد، چه خواهد شد؟	۶۲
فصل ۹: اهمیت اخلاق در فروش	۶۵
سناریو	۶۵
اهمیت قرارداد	۶۶
بهر است درستکار باشیم یا برنده شویم؟	۶۹
فصل ۱۰: مشتریان را در کانون توجه قرار دهید	۷۱
سناریو	۷۱
نمایشنامه	۷۳
فلسفه فروش با نگرش مثبت	۷۳
سناریو	۷۴
بخش سوم: گام‌های اساسی فروش	۷۷
فصل ۱۱: اهداف خود را در راستای اهداف مشتریان قرار دهید	۷۹
آیا مشتریان شما تیغی در پای خود دارند؟	۸۰
اصل طلایی فروش	۸۱
فصل ۱۲: تحقیقات خود را انجام دهید	۸۴
تحقیق خود را سازماندهی کنید	۸۶
نکات کلیدی در تحقیقات	۸۶
فصل ۱۳: اهمیت اثرات اولیه در فروش	۸۹
۵ دقیقه اول	۹۰

۹۰	 بهترین تأثیر
۹۲	 فصل ۱۴: تنظیم حالت و زمان مناسب در گفتگو
۹۴	 تغییر جو منفی جلسه
۹۵	 چه عوامل دیگری بر آهنگ جلسه تأثیر می‌گذارند؟
۹۶	 فصل ۱۵: تنظیم آهنگ گفتگو
۹۶	 تزریق انرژی به یک جلسه فروش
۹۹	 با نوع گفتمان مشتری آشنا شوید
۱۰۱	 فصل ۱۶: قبل از اینکه صحبت کنید، گوش کنید
۱۰۲	 با یک سؤال شروع کنید
۱۰۴	 نوع سؤال آغازین در جلسه فروش
۱۰۴	 از گفتن نمی‌دانم نترسید
۱۰۵	 فصل ۱۷: چگونه سؤال بپرسیم؟
۱۰۵	 پرسیدن سؤال باید همراه با گوش دادن باشد
۱۰۷	 لایه‌بندی سؤالات
۱۰۷	 «وضعیت صنعت چگونه است؟»
۱۰۷	 به مشتری کمک کنید تا صحبت کند
۱۱۰	 فصل ۱۸: ده جمله‌ای که هرگز نباید بگویید
۱۱۰	 شما واقعاً آن را نمی‌خواهید
۱۱۰	 شرکت، آن را هرگز آن را انجام نخواهد داد
۱۱۱	 چیزی برای بحث وجود ندارد
۱۱۱	 نیازی نیست که شما بدانید
۱۱۲	 لازم نیست فرد دیگری در مورد این موضوع چیزی بدانند
۱۱۲	 جزئیات مهم نیستند
۱۱۳	 شما باید با آن کنار بیایید
۱۱۳	 ما هرگز به توافق نخواهیم رسید
۱۱۳	 این هرگز امکان ندارد
۱۱۴	 من می‌توانم آن را کاملاً تضمین کنم
۱۱۵	 فصل ۱۹: پایان دادن به گفتگوی اول
۱۱۶	 تقاضای بیش از حد نداشته باشید
۱۱۷	 چگونه یک جلسه را تمام کنیم؟

فصل ۲۰: اهمیت پیگیری مثبت	۱۱۹
خارج از دید، خارج از ذهن	۱۲۰
عناصر پیگیری	۱۲۰
بخش چهارم: از آغاز تا پایان فروش	۱۲۳
فصل ۲۱: انواع مشتریان	۱۲۵
انواع مشتریان	۱۲۵
سلطه‌گر	۱۲۶
تأثیرگذار	۱۲۶
دو دل	۱۲۷
محتاط	۱۲۸
تنوع در انواع شخصیت	۱۲۸
فصل ۲۲: از بین بردن موانع فروش	۱۳۰
موانع فروش	۱۳۰
از بین بردن مانع	۱۳۲
فصل ۲۳: مشتری عصبانی	۱۳۴
هرگز در بلندمدت بی‌معنا است	۱۳۴
سناریو	۱۳۶
مشتری غیر قابل کنترل	۱۳۷
فصل ۲۴: مشتری منفعل - سلطه‌گر	۱۳۸
رفتار سلطه‌گر به عنوان یک تاکتیک	۱۳۸
ویژگی‌های رفتار انفعالی - سلطه‌گری	۱۴۰
کمک به تصمیم‌گیری افراد منفعل - سلطه‌گر	۱۴۱
فصل ۲۵: مشتری دو دل	۱۴۲
الگوی رفتاری افراد دو دل	۱۴۳
فصل ۲۶: مشتری نیازمند	۱۴۶
پاسخ به مشتری نیازمند	۱۴۸
فصل ۲۷: بستن فروش	۱۴۹
قدرت مسائل حل نشده	۱۵۰

۱۵۰		جرات بستن فروش
۱۵۱		منظور اصلی فروشنده از شرایط جدید چیست؟
۱۵۱		عناصر یک فروش مناسب
۱۵۳		فصل ۲۸: کنار کشیدن از فروش
۱۵۳		اهمیت زمان‌بندی در فروش
۱۵۴		کنار کشیدن از فروش
۱۵۵		هم‌زمان هم جواب می‌دهید و هم جواب مثبت
۱۵۷		فصل ۲۹: وقتی که مشتری از خرید کنار می‌کشد
۱۵۸		فروش از دست رفته
۱۵۹		درها را پشت سرتان را نبندید
۱۶۰		چه زمانی فروش، فروش نیست؟
۱۶۲		فصل ۳۰: فروش به عنوان یک حرفه بلندمدت
۱۶۳		فروش به عنوان یک حرفه
۱۶۳		شما دوست دارید چه کاری را انجام دهید؟
۱۶۴		به فکر ایجاد ارتباطات بلندمدت با مشتریان باشید
۱۶۶		منابع

پیشگفتار نویسنده

فروشنندگان، برخی روزها از انگیزه کافی برای فروشنندگی برخوردار نیستند. در چنین روزهایی حتی هوای مطبوع نیز به نظر آنها نامطبوع به نظر می‌رسد. فضای خیابان‌ها کسل‌کننده و بی‌روح به نظر می‌رسد. خیابان‌ها را اشتباهی می‌روند، پاهایشان حس راه رفتن ندارد و استخوان‌هایشان درد می‌کند. احساس می‌کنند هیچ جای دنیا برای آنها بدتر از این شرکت نیست. باید جلوی یک مشتری دیگر خودشان را مهربان، جذاب و آرام نشان دهند و در نهایت نام او را در فهرست مشتریان خود قرار دهند.

یک روز دیگر

یک جلسه فروش دیگر.

آیا چنین حالتی برای شما هم ایجاد شده است؟ احتمالاً در طول حرفه‌تان با چنین وضعیتی مواجه شده‌اید. مشتریان عصبانی، مدیران نالایق، شرایط نامناسب و سایر موارد مشابه که باعث شده تصمیم بگیرید حرفه فروشنندگی را ترک کرده و سراغ شغل دیگری بروید. شما ممکن است فکر کنید که موفقیت‌های شما تا حدودی ناشی از شانس و اقبال بوده، اما تجربه کاری فروشنندگان حرفه‌ای می‌گوید که این‌طور نیست. شما به عنوان یک فروشنده در طی سال‌های فعالیت خود در حرفه فروشنندگی با وضعیت‌های مختلفی روبرو می‌شوید:

مشتریانی که بسیار سرسخت هستند.

مشتریانی که همیشه در حال نالیدن و اعتراض هستند.

مشتریان عصبانی که حتی قبل از جلسه با شما عصبانی بوده‌اند.

مشتریان فراموش‌کار که قرارشان را با شما فراموش می‌کنند.

حتی مشتریانی که به خاطر مرگ حیوان خانگی خود نمی‌توانند با شما صحبت کنند. این

واقعیت دارد.

اما علیرغم همه این مشکلات، شما همواره می‌توانید راه‌هایی را برای انجام فروش پیدا کنید. هیچ راز فوق‌العاده‌ای در زمینه فروش وجود ندارد. راز اصلی فروش در قدرت فروش مثبت است. این یک مفهوم جدید نیست. نورمن وینسنت پیل^۱ در سال ۱۹۵۲ کتابی را تحت عنوان قدرت تفکر مثبت نوشت که میلیون‌ها نفر در جهان، آن را مطالعه کردند.

فروش موفق به سه عامل بستگی دارد:

- شما باید به آنچه می‌فروشید، باور داشته باشید.
- شما باید به مشتری برای حل مشکلش کمک کنید.
- شما باید با هر وضعیتی با یک ذهنیت مثبت برخورد کنید.

اگر شما به این سه اصل و سایر اصولی که در این کتاب گفته خواهد شد، عمل کنید، خواهید دید که عملکردتان افزایش چشمگیری پیدا می‌کند. علاوه بر این، نگرش بهتری هم نسبت به شغل و زندگی خود خواهید داشت.

فروش مثبت، مستلزم یادگیری تکنیک‌های جدید نیست؛ بلکه یک فلسفه است که بر کلیه ابعاد زندگی شما تأثیر خواهد گذاشت. البته فروش مثبت به معنای بدون فکر عمل کردن نیست که در آن مجبور باشید بی‌دلیل به مشتریان لبخند بزنید تا شان دهید دارای تفکر مثبت هستید. بلکه باید در مورد آنچه که می‌فروشید و در مورد وضعیتی که در آن هستید، واقع‌بین باشید.

برای فروش موفق، باید با هر مشکلی با نگرش مثبت برخورد کرده تا بتوانید آن را به فرصت تبدیل کنید. اگر یک مشتری به شما جواب منفی داد، باید از او بپرسید: «چرا؟». اگر مشتری به شما می‌گوید: «اجازه بدهید در مورد آن فکر کنم»، شما باید پیگیری‌های لازم را انجام دهید تا مشتری، موضوع را فراموش نکند. علاوه بر این، باید نیازها، خواسته‌ها و

مشکلات اصلی مشتری را تشخیص بدهید تا بتوانید راه حل مناسبی برای آنها پیدا کنید.

برای فروش موفق، باید دارای تفکر و نگرش مثبت باشید؛ چرا که در غیر این صورت همه چیز را ناامیدکننده خواهید دید.

www.ketab.ir