

به نام خداوند جان و خرد

قواعد جدید فروش و خدمات

ویراسته:

دیوید میرمن اسکات

مترجمان:

دکتر احمد روبر

سید حسین اورعی

ویراستار:

مژگان فلاح یساولی

سرشناسه	اسکات، دیوید میرمن، ۱۹۶۱ - م. Scott, David Meerman
عنوان و نام بدید آور	قواعد جدید فروش و خدمات (دیوید میرمن اسکات)؛ مترجمان احمد روستا، سید حسین اورعی؛ ویراستار مژگان فلاح یساولی.
مشخصات نشر	تهران: آذرین مهر، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۳۰۰ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۷۰۷-۵۳-۱
وضعیت فهرست نویسی	فبا
یادداشت	عنوان اصلی: The new rules of sales and service
موضوع	فروش و خدمات
موضوع	sales and service
شناسه افزوده	روستا احمد، ۱۳۲۷، مترجم
شناسه افزوده	اورعی، سید حسین، ۱۳۶۲ -، مترجم
شناسه افزوده	فلاح یساولی، مژگان، ۱۳۸۰، ویراستار
رده بندی کنگره	AHF۵۴۳۸/۲۵: ۹۱۰ ف۱۲ الف
رده بندی دیویی	۸/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۴۲۳۳۰۳۲

عنوان کتاب	: قواعد جدید فروش و خدمات
مترجمان	: دکتر احمد روستا - سید حسین اورعی
ویراستار	: مژگان فلاح یساولی
ناشر	: آذرین مهر
شمارگان	: ۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ	: اول، ۱۳۹۵
طراحی جلد	: علیرضا احمدی
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۷۷۰۷-۵۳-۱
قیمت	: ۱۷۹۰۰ تومان

مرکز فروش: خ انقلاب- ضلع جنوب شرقی میدان، پلاک ۲۱، کتابفروشی ملودی
تلفن: مشاوره جهت نشر: روشندل ۰۹۱۹۳۱۹۲۹۳۵

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۱
---------------	----

فصل اول: دنیای قدیمی فروش و خدمات

مدل قدیمی فروش: تماس گرفتن برای دلار.....	۳۳
صدای متخصص: زمانی که فروشنده متخصص بود.....	۳۴
متخصص فروش در مقابل خریدار آموزش دیده از طریق اینترنت.....	۳۶
اطلاعات مشتریان بالغ، درگیر، قابل استفاده نیستند.....	۳۸
"لطفاً زمانی را برای نظرسنجی ما اختصاص دهید" همه چیز را گرفتند و هیچ چیز برنگرداندند.....	۴۳
خدمات مشتریان Nik Digital sport.....	۴۵
"در خط ۱، یک تماس داریم" گوید "درش فوری است".....	۴۵
شما اجازه ندارید.....	۴۶
استفاده از رسانه‌های اجتماعی در فروش و پشتیبانی.....	۴۸
قوانین قدیمی فروش و خدمات.....	۴۸
در روزهای قبل از ارتباطات آنلاین.....	۴۹

فصل دوم: قواعد جدید فروش و خدمات

تعیین قواعد.....	۵۱
قواعد جدید فروش و خدمات.....	۵۲
محتوای اطلاعات، حلقه ارتباطی بین شرکت‌ها و مشتریان است.....	۵۲
داده‌ها و اطلاعات بزرگ، رویکرد علمی‌تری نسبت به فروش و خدمات را ایجاد می‌کند.....	۵۳
فروش سریع، تجارت جدیدی را برای شرکت شما فراهم می‌آورد.....	۵۳
برقراری ارتباط سریع و بلافاصله، مشتریان را خوشحال و راضی نگه می‌دارد.....	۵۳
ارتباط با مشتریان شرکت open.....	۵۴
انقلاب ارتباطاتی که تلویزیونی نشد.....	۶۱
زمان پیوستن به انقلاب فرا رسیده است.....	۶۴
کارکنان شما، دارایی ارزشمند شما برای فروش و ارائه خدمات.....	۶۴
داده‌های بزرگ، داده‌های با ارزش.....	۶۶
تجارت زیرزمینی، فروش و خدمات نوآورانه را آماده می‌کند تا شیوه‌هایی برای موفقیت کشف کند.....	۷۰

۷۳ طراحی نقشه فروش و خدمات شما

فصل سوم: داستان گویی

۷۶ داستانی که مشتریان برای خودشان تعریف می کنند

۸۳ تسلط بر هنر داستانسرایی مؤثر برای سازمان

۸۶ باشگاه بدنسازی که داستانش را با تمرین یک رفتار بیان می کند

۹۳ انجام کار فوق العاده با افزودن زمینه به محتوا

۹۴ این دلیلی برای تماس است

۹۵ اطلاعات قوی بازار شما را تأمین می کند

فصل چهارم: ویژگی های شخصیتی خریداران

۹۷ هتل نوییس به میرمن سکاٹ می فروشد

۱۰۰ ساختن چیزی از خود

۱۰۱ ناراحت کردن ۳ مشتری از بین ۴ مشتری

۱۰۲ درک مشتریان

۱۰۲ خودبینی غیرمنطقی

۱۰۳ انواع مختلف خریدار

۱۰۶ درجه شخصیتی چندگانه

۱۰۸ مصاحبه با تیپ های مختلف خریداران

۱۰۹ گلفبازهای حرفه ای

۱۱۰ افراد را در محل کار آنها ملاقات کنید

۱۱۰ به کنفرانس هایی که مشتریان شما در آنها حضور دارند، بروید

۱۱۱ کتاب هایی را بخوانید که مشتریان شما می خوانند

۱۱۵ فاصله بین فروش و بازاریابی را ببندید

۱۱۷ مصاحبه (در مورد) شخصیت مشتریان

۱۲۰ پرونده شخصیتی مشتری

۱۲۲ نفت نیمه شب

فصل پنجم: چرخه فروش و چرخه خرید

۱۲۳ فروشندگان و بازاریابانی که با هم کار می کنند

۱۲۴ مردم با یکدیگر ارتباط دارند

۱۲۸ آموزش و اطلاع دادن

آموزش و اطلاع دادن به جای مداخله و فروش	۱۲۹
ماجرای جویی خریداران	۱۲۹
وارد کردن مردم به فرایند خرید	۱۳۰
هوش جمعی یک میلیون مهندس مکانیک، یک بازار منحصر به فرد ایجاد می کند	۱۳۱
به هیچ فروشی نیاز نیست!	۱۳۲
ادغام فروش و اطلاعات به منظور سهولت ارتباط	۱۳۵
یک مشتری برای زندگی	۱۳۷
محاسبات نسل جدید	۱۳۷
رشد شدن در یک صنعت روبه افول، بدون مسیرهای فروش	۱۳۹
لطفاً خریدار را تحت فشار قرار ندهید	۱۴۱
درسهایی از "گرت فول"	۱۴۳
نسل جدید مدل فروش ترکیبی	۱۴۵
تعریف تجارت خود در بازار	۱۴۶
آیا شما رقابت مستقیم خود را تحت نظر دارید یا مشتریانان را؟	۱۴۹
یادگرفتن از خارج منطقه راحت، الگوبرداری از دیگر مدلها	۱۵۰
محصولی که به طور مجازی خودش را می فروشد	۱۵۴

فصل ششم: فروش اجتماعی سریع و در زمان واقعی

آیده آل: فروش فوری	۱۶۰
مزیت قطعی: سرعت	۱۶۴
زمینه: کلیدی برای همه خریداران	۱۶۵
استفاده از اخبار برای پیدا کردن مشتری	۱۶۷
شکستن زمان واقعی و مناسب توسط "رانی دان"	۱۶۹
هنر و دانش استفاده از اخبار، برای به دست آوردن مشتری و ایجاد فرصت فروش در زمان واقعی	۱۷۰
اتوماتیک نمودن فرایندها، غوغا می کند	۱۷۵
فروش فوری یعنی خارج شدن از خط	۱۸۲
اطلاعات زیاد به همراه فناوری، زمان واقعی فروش را به ارمغان می آورد	۱۸۳
تحلیل های پیشگویانه	۱۸۵
فروش اجتماعی و مدیریت روابط مشتریان	۱۹۱
زور بازو یا قدرت مغز؟	۱۹۶
سیگنال های خرید	۱۹۷

فصل هفتم: ضرورت خدمات جدید

- ۲۰۰ ماشین ظرفشویی کم ارزش، خدمات پرارزش
- ۲۰۱ خدمات مشتریان چیست؟
- ۲۰۲ اصول خدمات پس از فروش
- ۲۰۳ خدمات پس از فروش و فرهنگ شرکت
- ۲۰۴ خلق اطلاعات
- ۲۰۴ خدمات پس از فروش خوب، میزان فروش را بالا می‌برد.
- ۲۰۵ بین فروش و خدمات توازن برقرار کنید.
- ۲۰۵ خدمات پس از فروش ضعیف، قانونی است.
- ۲۰۷ آموزش مشتریان به صبر در خرید و فروش
- ۲۰۹ خدمات ایجاد شده عامیانه نیست بیشتر
- ۲۱۰ قواعد غیر سودمند، آزارش مشتری خیریه را تغییر می‌دهند و حتی زمانی جهان را عوض می‌کنند.
- ۲۱۸ ارائه خدمات بی‌نقص به مشتریان به شکل حضوری میسر است.
- ۲۱۹ خدمات مشتری "فوق العاده"
- ۲۲۰ در قدم اول، به مشتریان خود آموزش دهید، آنها را آگاه سازید.
- ۲۲۱ نظرسنجی: شانس شما برای جمع‌آوری داده‌های درست
- ۲۲۴ استفاده از بازخورد مشتریان برای رشد درآمد
- ۲۲۶ چگونه نظرخواهی انجام دهیم تا سبب رشد درآمد شود؟

فصل هشتم: خدمات اجتماعی سریع و در زمان واقعی

- ۲۳۱ استقبال از تغییر
- ۲۳۲ برخی مواردی که در دنیای شرکت‌های بزرگ مورد انتظار است:
- ۲۳۲ تعامل ذهنی بهنگام با مشتری
- ۲۳۳ تعامل فوری با مشتری
- ۲۳۳ چگونگی استفاده بویینگ از ارتباطات فوری، در زمان بحران هواپیمای دریم لاینر ۷۸۷
- ۲۳۶ در اولویت قرار دادن مشتریان
- ۲۳۹ خدمات مشتریان با استفاده از رسانه‌های اجتماعی
- ۲۴۲ وودافون مصر اثبات می‌کند که خدمات اجتماعی مشتریان در سطح جهانی جواب می‌دهد.
- ۲۴۴ مردم، خواهان تجارت با سایر مردم هستند.
- ۲۴۵ گم شدن در زمان نامفهوم مربوط به بیماری
- ۲۴۶ خدمات به مشتریان بسیار بد در مراقبت‌های بهداشتی

۲۴۷	بیماران سالمتر، از طریق خدمات مشتری تصویری در بخش مراقبت‌های بهداشتی
۲۵۱	ایجاد شرایطی که مراجعان احساس نزدیکی بیشتری کنند
۲۵۲	انجام مراقبت‌های درمانی شخصی
۲۵۶	رشد مشتریان و کسب و کار
۲۵۷	پیاده سازی خدمات سریع به مشتریان

فصل نهم: وجهه اجتماعی

۲۶۰	وقتی توجه بهان به سمت تخصص شما جلب می‌شود
۲۶۴	اجتماعی شدن
۲۶۵	حضور در شبکه‌های اجتماعی، مانند یک ورزش
۲۶۶	افرادی که می‌تاسان
۲۶۷	شما اکنون نیز، آنلاین هستید
۲۶۸	ایجاد یک پایگاه هوادار و اخبار تلود در یک زمان
۲۶۹	در سایه‌ها مخفی نشوید
۲۷۱	شما یک گربه نیستید
۲۷۲	به دست آوردن طرفدار
۲۷۴	با توییتر وارد یک کار شوید
۲۷۶	برای کار جستجو کنید
۲۷۷	آرزوهایتان را به دست آورید

فصل دهم: شرکت اجتماعی شما

۲۸۴	ایجاد فرایند فروش اجتماعی در سازمان‌های بزرگ
۲۸۸	استخدام برای دستیابی به موفقیت اجتماعی
۲۹۱	مدیران فروش هم باید خود را تطبیق دهند
۲۹۳	تمرین برای رسیدن به موفقیت اجتماعی
۲۹۴	نوع جدیدی از شرکت
۲۹۷	اکوسیستم خدمات و فروش‌های شما
۲۹۹	نوبت شماست

مقدمه مترجمان:

به نام خدا

تغییر و تحول در انواع حوزه‌ها و امور زندگی، کسب و کارها و داد و ستدها باعث شده است تا ما در جستجوی قواعد، راه کارها، فنون و مهارت‌های تازه برای بقا، رشد، پیشرفت و توسعه باشیم. اگر بپذیریم که رقابت نوعی مسابقه، مبارزه و نبرد برای پیروزی و دستیابی به اهداف است، یادگیری و فراگیری ایده‌ها و پدیده‌های نوین یک ضرورت برای حضور در میدان رقابت است.

کتاب "قواعد جدید فروش و خدمات" راهگشا و راهنمای مناسب و جدیدی برای فعالان اقتصادی، مدیران، فروشندگان، پژوهشگران، اساتید و دانشجویانی است که جویانی و پویایی را باور دارند و هیچگاه خود را محصور و مجبوس به داشته‌ها و گذشته‌ها نمی‌کنند و می‌کوشند تا با معلومات و دانائی روز و گسترده، فرصت‌های جدید را خلق کنند و بتوانند با تقویت مهارت های فروش و فروشندگی و نیز ارائه خدمات رایاگی، مفید و موثر، پاسخگوی نیازها باشند. خدمات نوین و متمایز، خدماتی هستند که سازگار با شرایط روز باشد و فروش اثربخش، فروشی است که بتواند پاسخگوی انتظارات مشتریان باشد.

مطالعه این کتاب، تجربه ای جدید، مفید و آموزنده برای کسانی است که مهارت را لازمه ی رقابت می‌دانند و مایلند تا با قواعد جدید فروش و خدمات، اهداف تازه‌ای را در مسیری متفاوت و با قواعد و رفتارهایی نوین، تجربه کنند.

امیدواریم با مطالعه این کتاب، راهنمای ما برای آثار بهتری در آینده باشد.

دکتر احمد روستا

سیدحسین اورعی