



روش ارتباطی و مشارکتی

تألیف:

استیو کسلبری و جان سر

ترجمه:

دکتر احمد روستا

عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی

دکتر اشرف اشرف پور

مهندس عسل کش دهقان



انتشارات نگاه دانش

سرشناسه : کسلیری، استیو
 عنوان و نام پدیدآور : فروش ارتباطی و مشارکتی
 مشخصات نشر : تهران: نگاه دانش، ۱۳۹۳
 مشخصات ظاهری : ۱۹۷ ص
 شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۱۵۷-۲۶۵-۷
 وضعیت فهرست‌نویسی : فنیای مختصر
 یادداشت : این مدرک در آدرس <http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است.
 شناسه افزوده : تنر، جف
 شناسه افزوده : روستا، احمد- مترجم
 شناسه افزوده : کش دهقان، عسل- مترجم
 شناسه افزوده : اشرف پور، اشرف- مترجم
 شماره کتابشناسی ملی : ۳۵۴۸۰۱۴

هدفمند بخوانید
 برای بیست‌هفت اساتید نگاه دانش برای کارشناسی (ارشد و دکتری)
 و
 قرن الکترونیکی کتاب‌های نگاه دانش
 در
www.negahedaneh.com



انتشارات نگاه دانش

♦ نام کتاب: فروش ارتباطی و مشارکتی
 ♦ مترجمین: دکتر احمد- روستا / کتر اشرف پور- مهندس عسل کش دهقان
 ♦ ناشر: نگاه دانش
 ♦ مراجه: نگاه دانش
 ♦ حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی (نگاه دانش): کبری صابری
 ♦ نوبت چاپ: اول ۱۳۹۳
 ♦ تیراژ: ۵۰۰ نسخه
 ♦ قیمت: ۹,۰۰۰ تومان
 ♦ لیتوگرافی / چاپ / صحافی: باختر / شاهین / چاوش
 ♦ شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۵۷-۲۶۵-۷

حق چاپ محفوظ و مخصوص ناشر است.

انتشارات نگاه دانش: انقلاب- خ ۱۲ فروردین- ساختمان ناشران پلاک ۲۷۱- طبقه ۲- واحد ۲

تلفن: ۶۶۹۵۴۸۹۲

تلفکس: ۶۶۴۸۶۱۵۴

مقدمه

بنابر مطالعاتی که صورت گرفته است، که خریداران ترجیح می‌دهند خودشان بخرند تا اینکه چیزی به آنها فروخته شود و به همین دلیل فروشنده موفق و آگاه کسی است که شرایطی را فراهم آورد که خریدار با علاقه و انگیزه آنچه را که می‌خواهد ببرد، بگوید و بخرد.

فروش ارتباطی - مشارکتی رویکردی متفاوت است که می‌کوشد تا با تعامل نیازهای مشتریان را بهتر بشناسد و آنها را

برطرف کند.

فروشنده حرفه‌ای خود را مشاور و راهنمای خریدار می‌داند و تلاش می‌کند تا با ارتباط درست، اعتمادسازی و ارزش آفرینی، زمینه‌ساز خرید مطلوب برای او باشد.

فروش ارتباطی - مشارکتی مبتنی بر هم‌فهمی، هم‌پذیری و هم‌افزایی است که رابطه‌ها را تقویت می‌کند و رضایت و خشنودی را به دنبال می‌آورد. هدف نهایی فروش ارتباطی، مشارکتی پاسخگویی بهتر به نیازها از طریق همکاری و همیاری است.

کتاب فروش ارتباطی - مشارکتی یک رفرنس‌ترین و مشهورترین کتاب‌های فروش است که در بسیاری از دانشگاه‌ها و مراکز حرفه‌ای تدریس می‌شود و می‌تواند راهنمای مناسبی برای مدیران، فروشندگان، دانشجویان و فعالان اقتصادی باشد تا با شیوه‌ای متفاوت به فروش و فروشندگان بپردازند.

امیدواریم ترجمه و تلخیص این کتاب بتواند فرصتی برای مطالعه‌ای متفاوت و یادگیری نکاتی تازه فراهم کند. هرگونه انتقاد، پیشنهاد و ایده شما را با گرمی استقبال می‌کنیم و می‌کنیم تا در آینده به آنها پاسخ دهیم.

دکتر احمد روستا

رئیس هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی

فهرست مطالب

فصل ۱: فروش و فروشندگان.....	۹
مقدمه.....	۹
همه فروشنده‌اند.....	۱۰
فروشندگان چه می‌کنند؟.....	۱۱
انواع فروشندگان.....	۱۱
تشریح مدل فروش.....	۱۲
مشخصه‌های فروشنده موفق.....	۱۳
ارائه خود.....	۱۶
خلاصه.....	۱۹
فصل ۲: مسائل اخلاقی و قانونی در فروش.....	۲۱
مقدمه.....	۲۱
روابط با مشتریان.....	۲۲
روابط با رقبا.....	۲۴
مسائل اخلاقی و حقوقی بین‌المللی.....	۲۴
رفع تفاوت‌های فرهنگی.....	۲۴
ارائه خود.....	۲۵
خلاصه.....	۲۸
فصل ۳: رفتار خریداران و فرآیند خرید.....	۲۹
مقدمه.....	۲۹
چگونگی تصمیم‌گیری خرید در سازمان‌ها.....	۳۰
مراحل فرآیند خرید.....	۳۱
انواع تصمیمات خرید شرکت‌ها.....	۳۲
اهمیت روز افزون خریدهای تخصصی.....	۳۴
مدیریت زنجیره عرضه.....	۳۴
فروش اینترنتی و فروش حضوری.....	۳۵
ارائه خود.....	۳۵
خلاصه.....	۳۸
فصل ۴: استفاده از اصول ارتباطات برای ایجاد روابط.....	۳۹
مقدمه.....	۳۹
فرآیند ارتباط.....	۳۹
قطع ارتباط.....	۳۹
شتود فعال.....	۴۰
درک پیام‌های غیرشفاهی مشتریان.....	۴۳
ارسال پیام از طریق ارتباط غیر شفاهی.....	۴۵

۴۸.....	سازگاری با تفاوت‌های فرهنگی.....
۴۹.....	ارائه خود.....
۵۱.....	خلاصه.....
۵۳.....	فصل ۵: فروش انطباقی برای ایجاد ارتباط.....
۵۳.....	مقدمه.....
۵۳.....	انواع ارائه فروش.....
۵۴.....	مدیریت دانش.....
۵۵.....	ابعاد روش اجتماعی.....
۵۶.....	تشخیص رابط اجتماعی مشتری.....
۵۶.....	سیستم‌های تبادل و بهبود مهارت‌های فروش انطباقی.....
۵۷.....	ارائه خود.....
۵۹.....	خلاصه.....
۶۱.....	فصل ۶: مشتری‌یابی.....
۶۱.....	مقدمه.....
۶۱.....	اهمیت مشتری‌یابی.....
۶۲.....	ویژگی‌های یک مشتری احتمالی.....
۶۴.....	چگونه و از کجا مشتریان احتمالی را شناسایی کنید.....
۶۹.....	ارائه خود.....
۷۱.....	خلاصه.....
۷۳.....	فصل ۷: برنامه‌ریزی برای ملاقات فروش.....
۷۳.....	مقدمه.....
۷۴.....	جمع‌آوری اطلاعات قبل از ملاقات.....
۷۶.....	منابع جمع‌آوری اطلاعات قبل از ملاقات‌های فروش.....
۷۸.....	تعیین اهداف ملاقات فروش.....
۷۹.....	معیارهای اهداف مؤثر.....
۷۹.....	تعیین بیش از یک هدف در هر ملاقات فروش.....
۸۰.....	تعیین اهداف برای چندین ملاقات.....
۸۱.....	خریداران نیز برای خود اهدافی تعیین می‌کنند.....
۸۱.....	گرفتن وقت ملاقات فروش.....
۸۲.....	ایجاد رابطه مناسب با کارمندان و زیردستان.....
۸۳.....	نکات بسیار مهمی که باید به خاطر بسپارید.....
۸۳.....	ارائه خود.....
۸۵.....	خلاصه.....
۸۷.....	فصل ۸: ملاقات مشتری احتمالی.....
۸۷.....	مقدمه.....
۸۷.....	تأثیرگذاری مثبت.....
۸۷.....	منتظر مشتری بهمانند.....
۸۸.....	تأثیرات اولیه.....

۸۹	انتخاب صندلی
۸۹	جلب توجه مشتری
۸۹	ایجاد سازگاری
۹۰	"تشخیص نیازهای مشتریان: قدرت سؤال پرسیدن
۹۰	پرسیدن سؤالات باز و سؤالات بسته
۹۱	تکنیک SPIN
۹۲	فروش به گروه
۹۳	ارائه خود
۹۵	خلاصه
۹۷	فصل ۹: اثبات معرفی فروش
۹۷	مقدمه
۹۹	چگونگی اثبات معرفی فروش
۹۹	ابزار شفاهی
۱۰۰	ابزار بصری
۱۰۲	نمایش محصول
۱۰۳	دست‌نوشته‌ها
۱۰۳	بر ترس خود غلبه کنید
۱۰۴	ارائه خود
۱۰۵	خلاصه
۱۰۷	فصل ۱۰: پاسخ به مخالفت‌ها و اعتراضات
۱۰۷	مقدمه
۱۰۸	چه زمانی خریداران اعتراض می‌کنند؟
۱۰۹	اعتراضات معمول
۱۱۲	روش‌های پاسخگویی مؤثر
۱۱۵	چگونگی رفتار با مشتریان سخت و دشوار
۱۱۵	ارائه خود
۱۱۷	خلاصه
۱۱۹	فصل ۱۱: حصول تعهد
۱۱۹	مقدمه
۱۱۹	روش‌های مؤثر
۱۲۱	اگر موفق به کسب تعهد شدید
۱۲۳	اگر موفق به کسب تعهد نشدید
۱۲۵	ارائه خود
۱۲۸	خلاصه
۱۳۱	فصل ۱۲: مذاکرات رسمی
۱۳۱	مقدمه
۱۳۱	ماهیت مذاکرات
۱۳۳	برنامه‌ریزی برای جلسه مذاکره

۱۳۶	مقابله با مذاکره کنندگانی که در صدد یک معامله "برنده-بازنده" هستند
۱۳۹	ارائه خود
۱۴۲	خلاصه

فصل ۱۳: ایجاد روابط مشارکتی

۱۴۵	مقدمه
۱۴۶	فروش و انواع روابط فروش
۱۴۶	انواع روابط
۱۴۹	مراحل توسعه روابط
۱۵۰	ویژگی‌های یک مشارکت موفق
۱۵۲	ارائه خود
۱۵۴	خلاصه

فصل ۱۴: ایجاد مشارکت طولانی مدت

۱۵۵	مقدمه
۱۵۵	اکتشاف
۱۵۷	گسترش و بسط رابطه
۱۵۹	تعهد
۱۵۹	فسخ
۱۶۱	ارائه خود
۱۶۴	خلاصه

فصل ۱۵: مدیریت زمان و قلمرو خود

۱۶۷	مقدمه
۱۶۸	فرآیند خودکنترلی
۱۷۲	ارائه خود
۱۷۴	خلاصه

فصل ۱۶: ایجاد ارتباط در داخل شرکت خود

۱۷۷	مقدمه
۱۷۸	واحد‌های شرکت که برای فروشنده مهم هستند
۱۸۰	ارائه خود
۱۸۴	خلاصه

فصل ۱۷: شغل خود را مدیریت کنید

۱۸۷	مقدمه
۱۸۸	شنلی مطابق با تمایلات خود بیابید
۱۹۰	فرآیند استخدام
۱۹۲	توانایی‌های خود را عرضه کنید
۱۹۳	ارائه خود
۱۹۶	خلاصه