

فروش

سید سعیدی شفیق

مجتبی طلوعی جدی



انتشارات پیام توسعه

سرشناسه	: سعیدی شفیق، سعید، ۱۳۴۲ -
عنوان و نام پدیدآور	: فروش/ سعید سعیدی شفیق، مجتبی طلوئی جدی؛ مصحح و ویراستار مهدیه امید.
مشخصات نشر	: تهران: پیام توسعه، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۸۶ ص.: مصور، جدول.؛ ۲۱/۵×۴/۵ سم.
شابک	: 978-964-7366-20-5
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: فروشندگی
موضوع	: Selling
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: Marketing
موضوع	: مدیریت فروش
موضوع	: Sales management
شناخت سروده	: طلوئی، مجتبی، ۱۳۵۶ -
تکمیل افزوده	: امید، مهدیه، ۱۳۷۵ -؛ مصحح، ویراستار
رده بنساخت	: ۱۳۹۶ ق۷س/۲۵/۴۸۵۴۳۸ HF
رند بنوی	: ۶۵۸/۸۵
شمار کتابت	: ۴۴۴۰۳۴۳



پیام توسعه

فروش

مؤلفان: سعید سعیدی شفیق - مجتبی طلوئی جدی

مصحح و ویراستار: مهدیه امید

صفحه بندی و طرح جلد: ماهان

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: ماهان

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶؛ تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه؛ قیمت: ۹۰،۰۰۰

شابک: ۰-۲۰-۷۳۶۶-۹۶۴-۹۷۸

نشانی: تهران، خیابان ستارخان، پلاک ۱۶۷، طبقه دوم

۷۶۹۴۳۱۴۰

فهرست

۹.....	نکاتی درباره‌ی فروش
۱۰.....	۱- فلسفه تولید PRODUCTION
۱۱.....	۲- فلسفه کالا PRODUCT CONCEPT
۱۱.....	۳- فلسفه فروش SELLING
۱۳.....	۱- فلسفه بازاریابی MARKETING
۱۴.....	۲- فلسفه بازاریابی اجتماعی SOCIAL MARKETING CONCEPT
۱۶.....	تفاوت بین بازاریابی و فروش
۱۶.....	فروش سستی
۱۷.....	خرده فروشی / RESELLER
۱۸.....	عمده فروشی / WHOLESALERS
۱۸.....	وظایف عمده فروشی
۱۹.....	تفاوت خرده فروشی با عمده فروشی
۱۹.....	انواع عمده فروشی
۲۰.....	فروش مستقیم
۲۱.....	فروش اتوماتیک

- ۲۲.....ارتباط تبلیغات در فروش یک محصول یا خدمت جدید
- ۲۲.....مهمترین اهداف انگیزه سازها(پیشبرد فروش)
- ۲۳.....انواع تبلیغات
- ۲۴.....انواع پیامها
- ۲۴.....انواع استراتژیهای تبلیغاتی و ترویجی:
- ۲۵.....عوامل رزق در انتخاب رسانه ها
- ۲۵.....روشهای تبلیغاتی
- ۲۶.....اصول و قواعد تبلیغات
- ۲۸.....عوامل مؤثر در تهیه و تنظیم پیامهای تبلیغاتی
- ۲۸.....نکات مهم در ساختار پیام
- ۲۸.....بازبینی و کنترل تبلیغات و انبوهی
- ۳۰.....موقعیت در ارتباطات فروش
- ۳۲.....مهارتها و ویژگیهای فردی ضروری
- ۳۳.....مهارتها و ویژگیهای فردی اختیاری
- ۳۴.....ویژگیهای شخصیتی یک فروشنده موفق
- ۳۷.....زبان بدن
- ۳۷.....بازاریابی مدرن و زبان بدن
- ۳۹.....پاروی پا انداختن
- ۴۰.....پاروی پا انداختن و نگه داشتن یکی از پاها با دست
- ۴۰.....دست به کمر ایستادن
- ۴۱.....جمع کردن پاها و جمع شدن به جلو
- ۴۲.....چگونه کارت ویزیت ارایه دهیم؟
- ۴۴.....زبان بدن دکتر حسن روحانی و دکتر جواد ظریف

- ترجمه تصاویر دیدارهای حسن روحانی و محمدجواد ظریف در سازمان ملل ۴۵
- گزیدن لب‌ها به چه معناست؟ ۴۹
- علایم چشم در رفتارهای روزانه ۵۰
- در دست گرفتن میچ، ساعد، بازو ۵۱
- زبان بدن فروشنده چه تاثیری دارد؟ ۵۲
- تماس چشمی در کشورهای شرق آسیا چگونه است؟ ۵۴
- زبان بدن "حالات مختلف کف دست" به چه معناست؟ ۵۴
- عناصر چربی موفقیت ۵۷
- الف- زاویه نگارش ۵۸
- ب- پیش زمینه ۵۹
- ج- اعتماد به نفس ۵۹
- مهندسی فروش ۶۰
- فعالیت‌های واحد مهندسی فروش ۶۱
- ویژگیهای بازار صنعتی ۶۱
- ویژگیهای مشتریان صنعتی ۶۲
- عوامل کلیدی در کامیابی فروش ۶۳
- تاکید بر کیفیت ۶۳
- تمایز ۶۴
- مدل حجاب ترقی ۶۴
- مشتری‌یابی ۶۵
- منابع اطلاعاتی جهت مشتری‌یابی ۶۶
- آغاز کار با اطلاعات به دست آمده ۶۶
- در نگارش نامه به نکات زیر توجه کنید ۶۷

- ۶۸..... گامهای اصلی در تماسهای تلفنی
- ۶۹..... در تدارک ملاقاتهای فروش و انجام مذاکره به نکات زیر توجه کنید
- ۷۲..... دلایل خرید مردم
- ۷۳..... نحوه برقراری ارتباط با مشتریان صنعتی
- ۷۴..... ایراد
- ۷۵..... مدیریت کارکنان فروش:
- ۷۵..... خدمات پس از فروش (CUSTOMER CARE)
- ۷۸..... عملیات فروش
- ۷۸..... ایجاد بازار (MARKETING)
- ۷۸..... فروش (SALES)
- ۷۹..... خدمات پس از فروش (CUSTOMER CARE)
- ۷۹..... مراحل تولید
- ۸۰..... خدمات قبل و حین فروش (اعمالی که هر روشنده باید انجام دهد)
- ۸۲..... خدمات حین فروش / برقراری تماس
- ۸۳..... مراحل برقراری تماس
- ۸۳..... مراحل برقراری تماس
- ۸۴..... اهمیت و نقش خدمات پس از فروش
- ۸۵..... وظیفه روشنده پس از فروش