

روان‌شناسی فروش

تألیف

مسعود کشاورز هدایی

سرشناسه: کشاورز هدایتی، مسعود، ۱۳۶۵ -

عنوان و نام پدیدآور:

روان‌شناسی فروش

مشخصات نشر:

تهران: انتشارات شریف، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری:

۱۴۰ ص.

شابک:

۹۷۸-۶۰۰-۶۴۰۷-۳۲-۶

وضعیت فهرست نویسی:

فپای مختصر

داشت.

فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی: <http://opac.nlai.ir>

قابل دسترسی است

شماره کتابشناسی ملی:

۳۸۱۲۴۹۸

روان‌شناسی فروش

تألیف

مسعود کشاورز هدایتی

سرشار شریف



طراح جلد: مسعود رستمی

لیتوگرافی: چاورش

چاپ و صحافی: چاپ شریف

چاپ اول: ۱۳۹۴

۱۱۰۰ نسخه

حق چاپ و نشر محفوظ است.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۰۷-۳۲-۶ ISBN: 978-600-6407-32-6

فلکه دوم صادقیه، برج گل‌دیس، طبقه سوم، واحد ۳۲۱

تلفن: ۴۴۲۸۸۶۷۳-۵ دورنگار: ۴۴۲۸۸۶۴۷

www.sarujmemar.com - Email: sarujmemar@yahoo.com

بها: ۱۵۰۰۰ تومان

فهرست

۹		مقدمه نویسنده
۱۱		فصل اول آشنایی با مبانی و مفاهیم روانشناسی فروش
۱۶		۱- شالوده و اساس شما برای موفقیت در فروش
۱۶		۲- پیشنهاد یک ازدواج کاری
۱۷		۳- به وعده‌های خود عمل کنید
۱۸		۴- تمرکز بر روی ارتباط
۱۸		۵- یک خطه را به اعتماد و اطمینان محکم ایجاد کنید
۲۲		۶- مشاوران خود را برای زندگی حفظ کنید
۲۴		تمرین‌های عملی
۲۵		فصل دوم فروش و فروشندگی
۲۷		۱- علم فروش و فروشندگی
۳۲		۲- جایگاه فروش در جهان امروز (فروش سنتی - فروش مدرن)
۳۳		۳- تفکر فروش کالا یا خدمات
۳۵		۴- برنامه‌ریزی فروش (کوتاه مدت - میان مدت - بلند مدت)
۴۱		۵- تکنیک‌های کاربردی در افزایش فروش
۵۱		۶- سیاست‌های فروش خود را تعیین کنید
۵۱		۷- شرایط فروشندگی موفق
۵۶		۸- شرایط فروش حرفه‌ای
۵۷		۹- جایگاه مشتری در فروش بهتر
۵۹		۱۰- چگونه شرایط خرید آسان را برای مشتری فراهم نمائیم
۶۰		۱۱- اختیار مشتری در خرید بیشتر را بدست بگیرید
۶۱		۱۲- اطمینان و اعتماد را به مشتری هدیه دهید
۶۲		۱۳- چگونه مشاور مشتری در هر بار خرید وی شویم
۶۳		۱۴- از دید مشتری به معرفی کالا و خدمات خود بپردازید

۶۴	۱۵- جایگاه تجربه در فروش بیشتر.....
۶۵	۱۶- همیشه راهی برای فروش بهتر و بالاتر وجود دارد.....
۶۶	۱۷- روش‌های دیگر فروش بیشتر را پیدا و اجرا کنیم.....
۷۰	۱۸- جایگاه تبلیغات در فروش دلخواه.....
۷۳	۱۹- آراستگی محل کار.....
۷۴	۲۰- دکور محل کار.....
۷۵	۲۱- نور و تهویه محل کار.....
۷۵	۲۲- دکور اختصاصی شما.....
۷۶	۲۳- شعار اختصاصی شما.....
۷۶	۲۴- نوع و میزان تشکر شما از خرید مشتری.....
۷۷	۲۵- تبادلات فروش بعدی.....
۷۸	۲۶- اشارین‌ها و جذب مشتری.....
۷۸	۲۷- جایگاه سبیل و حوله در محل کار و نوع فروش متفاوت.....
۷۹	۲۸- جایگاه اطلاعات، شما در مورد کالا و هر آنچه به فروش می‌رسانید.....
۸۰	۲۹- حرفه‌ای بودن خود را به مشتری ثابت کنید.....
۸۵	۳۰- رقابت در بازار را جدی بگیرید.....
۸۷	۳۱- تخفیف در قیمت کالا و فرهنگ خرید ایرانی.....
۸۹	۳۲- تکنیک خاص فروش خود را بکار ببرید.....
۹۰	۳۳- تکنیک فروش استنفهامی (سوالات مثبت) در فروش شما.....
۹۱	۳۴- دفتر پیشنهادات، انتقادات و آرای مشتری.....
۹۲	۳۵- لزوم ثبت، نگهداری و تهیه آرشیو فروش.....
۹۳	فصل سوم روانشناسی مذاکرات بازاریابی.....
۹۵	۱- ارکان مذاکرات بازاریابی.....
۹۶	۲- برنامه‌ریزی مذاکرات بازاریابی.....
۹۷	۳- روش‌های مذاکرات بازاریابی.....
۱۰۴	۴- ارتباطات و روانشناسی فروش.....
۱۰۴	۵- استراتژی‌های مذاکره.....
۱۳۹	منابع.....

مقدمه نویسنده

در دنیای پر از رقابت، هنر فروش و جلب رضایت مشتریان از مسائل مهم محسوب می‌گردد، که نظر کلیه مخاطبان را بر خود معطوف نموده است. نظر به رقابتی‌تر شدن عرصه فروش کالاها در بازارهای جهانی، لزوم توجه و شناخت رفتار مشتریان و مصرف‌کنندگان از سوی فروشندگان از مباحث مهم برای فروش محصول لازم و کالاها است، پس آشنایی با روانشناسی فروش و رفتار مصرف‌کنندگان برای فروشندگان جهت ورود به بازار فروش علمی بیش از پیش احساس می‌دهد.

امروزه در بازار مصرف و عرضه کالا به شتری که در واقع جایگاه فروش هزاران نوع کالای تولید شده مراکز بزرگ اقتصادی داخل و خارج از کشور می‌باشد به حساس‌ترین کانون زنجیره تولید که همان عرضه و فروش کالا می‌باشد، بر می‌خوریم و به روشنی می‌بینیم که چگونه فروشندگان جایگاهی بسیار مهم و کلیدی را در اختیار دارند که این جایگاه قواعد علم فروش و فروشندگی حرفه‌ای را دریابند، برآیند به حد سرشار و هنگفتی خواهند رسید.

ما در این کتاب قصد و انگیزه آن را داریم تا با تأکید بر روانشناسی فروش به آموزش و یادآوری و توجه به نکات و قواعد خاص هنر فروش بیشتر و سود افزوده را به فروشندگان انواع کالاها و اجناس بازار مصرف را به توانمندی‌های بیشتر و استفاده برتر از سرمایه و امکانات و زمان خویش بپردازیم. هرچند در بازار کنونی مصرف در کشور عزیز ایران بزرگ،

متأسفانه امر فروش و عرضه بصورت تقریباً و بلکه کاملاً سستی اعمال می‌شود. ولی خوشبختانه افق درخواست و تقاضا جهت تبدیل این معضل به فروش مدرن و علمی در حال پدیدار شدن است و ضرورت استفاده بهینه از وقت و زمان و سرمایه و امکانات دیگر ایجاب می‌نماید تا فروشندگان و مترم مشاغل گوناگون، دانش و مهارت فروشندگی برتر را بیاموزند و از این طریق به سود بیشتر و نهایتاً رونق اقتصادی بازار دست یابند.

مجموعه حاضر برگرفته از کتاب‌های فروش و نتیجه چندین سال تجربه در حوزه فروش و تدریس در دانشگاه‌های کشور و در شرکت‌های بازرگانی است. کتاب - صراط‌باط بسیار نزدیک و تنگاتنگی با مطالب پیرامون رفتار مصرف‌کننده دارد و از آن نیز بسیار برای فروشندگان احساس می‌گردد. کتاب حاضر در حیطه عمل در حوزه روانشناسی فروش و مباحث پیرامون آن گردآوری شده و جای دارد از تمامی افرادی که در این حوزه در گذشته مطالبی را نیز گردآوری کردند، تشکر و قدردانی نمایم.