

به نام ایزدمنان و پاک

دقت گام برای موفقیت در فروش

تألیف و گردآوری:
دکتر مهرداد عالی پور هریسی



سرشناسه	عالیپور هریسی، مهرداد - ۱۳۴۹
عنوان و نام پندآور	هفت گام برای موفقیت در فروش / تکلیف و گردآوری مهرداد عالیپور هریسی
مشخصات نشر	تهران : همگامان، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری	۶۶ ص ۹×۱۹/۵
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۲۷۸۲-۶۷-۳
وضعیت فهرست نویسی	آری
بازداشت	کتابنامه: ص. ۶۳.
موضوع	فروشنده
موضوع	موفقیت در کسب و کار
موضوع	بازاریابی
رده بندی کنگره	۱۳۹۱ ۷-۵۴۳/۲۵۴۱۲
رده بندی دیویی	۶۵۸/۸۵
شماره کتابشناسی ملی	۳۰۷۲۱۲۰



انتشارات همگامان

تلفکس: ۲۲۸۸۷۶۶۶

WWW.Hamgamanpub.ir

عنوان	گام برای موفقیت در فروش
ناشر	انتشارات همگامان
تألیف و گردآوری	دکتر مهرداد عالیپور هریسی
ویرایش	مریم امینی / بیتا جمشیدی کیا
قطع	پالتویی
نوبت چاپ	اول ۱۳۹۱
ناظر چاپ	رضا سعدآبادی
طراح جلد	نوید شریفی
تایپ و صفحه‌آرایی	سپیده خلیل زاده
چاپخانه	چکاد چاپ
تیراژ	۴۰۰۰
لیتوگرافی	امین گراف
قیمت	۳۵۰۰ تومان
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۲۷۸۲-۶۷-۳ (ISBN: 978-964-2782-67-3)

حق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

مقدمه ای از دکتر پرویز درکی

دو سال پیش، به اتفاق آقای دکتر تهرانی، استاد برجسته حوزه مدیریت مالی و ریسک از اصفهان برمی گشتیم. هر دو کلاس کارشناسی ارشد داشتیم. در هواپیما، مسافری کنار پنجره نشسته بود که من و دکتر تهرانی، در ردیف سه نفره، کنار او نشستیم. ما دو نفر از ابتدای سفر، درباره بحران اقتصادی و تأثیر آن بر حوزه کسب و کار بنگاه های اقتصادی ایران گفت و گو می کردیم و هر یک از منظر تخصصی خویش نکاتی می گفتیم. حدود پنج دقیقه مانده به زمان فرود، مسافر کناری ما معذرت خواست و گفت: «من از ابتدای پرواز به گفت و گوی شما دو نفر گوش دادم و حال نظرات و سؤالاتی دارم.» سپس خیلی کوتاه مطالب خویش را بیان کرد. در همان صحبت کوتاه پی بردم که فردی مطلع و دانا است و از فن بیان و قدرت تجزیه و تحلیل بالایی برخوردار است و مطالعات ارزشمندی دارد. هنگام خروج از فرودگاه، تمایل خود را برای برقراری رابطه با مبادله کارت ویزیت مطرح کردیم (که تاکنون نیز ادامه داشته است).

من همواره تأکید کرده ام که یک فرد فعال در حوزه بازاریابی و کسب و کار می بایست به دنبال فرصت ها باشد و آن ها را منشعت بالقوه بداند. محیط با تغییر و تحولات خود فرصت هایی را در اختیار ما قرار می دهد و این ما هستیم که باید بتوانیم از این فرصت ها به خوبی استفاده کنیم. آشنایی با آقای دکتر عالی پور فرصت مناسبی برای من بود تا دوستی دانشمند به دوستان با ارزش خویش اضافه کنم. بله، آن مسافر عزیز دکتر عالی پور، نویسنده همین اثر، بود.

در سال‌های اخیر، یکی از شاخص‌ها برای سنجش میزان موفقیت اساتید حوزه کسب‌وکار و بازاریابی این است که آن استاد یا نویسنده چقدر در ساده‌سازی مطالب پیچیده علمی موفق است و چقدر در ساده‌نویسی و ساده‌گویی آن مطالب تبحر دارد. حقیقت این است که فعالان حوزه کسب‌وکار، حوصله خواندن مطالب طولانی و پیچیده را ندارند. آن‌ها به دنبال مطالب کاربردی و ساده هستند. حتی بزرگ‌ترین استاد بازاریابی جهان، پرفسور فیلیپ کاتلر، نیز در سال‌های اخیر، به سمت کتاب‌های کم‌حجم اما کاربردی روی آورده است. اثر آقای دکتر عالی‌پور از نظر حجم و تعداد صفحات، کوچک اما از نظر محتوای مطالب، بزرگ می‌باشد. ایشان به خوبی توانسته‌اند ساده‌سازی، ساده‌گویی و کاربردی نوشتن را ارائه نمایند و البته، یکی از دلایل مهم این موفقیت حضور ایشان در کف بازار و اجرای علم در دنیای عمل، همراه با عشق، است. بی‌اغراق، آقای دکتر عالی‌پور به معنای واقعی کلمه عالم، عامل و عاشق است. به ایشان به خاطر ارائه این اثر ارزشمند تبریک می‌گوییم و توفیق روزافزونشان را از خدای قادر خواهانم. برای شما دوستان نیز آرزوی شادابی، سلامتی و موفقیت دارم.

سید بشیر

پرویز درانی

مقدمه مؤلف

چند سال قبل، در یکی از روزهای آفتابی اسفندماه، در حال بازدید از یک مرکز مهم تجاری در سنگاپور بودم. مرکز تجاری C.Tech که هم به لحاظ وسعت و هم به لحاظ تنوع مشاغل و اصناف قابل توجه بود. یکی از طبقات پایین این مرکز تجاری محل تجمع رستوران‌های مختلف بود. در آنجا نکته جالبی نظر من را به خود جلب کرد. در یکی از بزرگ‌ترین رستوران‌های این مجتمع، بر روی میزها، کتاب‌های متعددی گذاشته شده بود ولی این کتاب‌ها با کتاب‌هایی که تا آن وقت دیده بودم فرق داشتند. آن‌ها شبیه منو غذا بودند و فقط یک تا چهار صفحه داشتند!! وقتی بیشتر بررسی کردم، متوجه شدم که هر یک از این کتاب‌ها خلاصه یک رمان مشهور جهان است و در آن رستوران کتابخانه‌ای وجود دارد که می‌توان عناوین متعددی از آن کتاب‌ها را در آنجا یافت. وجود این کتاب‌ها این امکان را فراهم می‌نمود که مشتریان در فاصله زمانی سفارش تا آماده شدن غذا خلاصه‌ای از یک رمان را بخوانند. شاید این روش مناسبی برای تحریک ذائقه انسان پر مشغله امروزی برای مطالعه کتاب باشد!!

مدت‌ها گذشت تا این که روزی، در یک کارگاه آموزشی شرکت کردم. این کارگاه برای آموزش مدیریت مؤسسات انتشاراتی مدرن توسط دکتر ولفگانگ فرشل^۱ و خانم گابریله روبنر^۲ در آلمان برگزار

۱. Dr. Wolfgang Ferchl

۲. Gabriele Rubner

شده بود. زمان صرف ناهار، فرصتی پیش آمد تا من در رابطه با کتاب‌های آن رستوران با دکتر فرشل صحبت کنم.

در نهایت، ایشان به موضوع کتاب‌های کوچک و کتاب‌های رومیزی (Table Book) اشاره کردند و گفتند که به منظور استفاده صحیح از زمان، ایجاد جاذبه و علاقمندی و حتی گاهی به منظور تبلیغ یک رمان یا کتاب چند جلدی، چنین کتاب‌های مختصر و مفیدی تولید می‌شوند و آن‌ها را در مکان‌های عمومی مانند: رستوران‌ها، فرودگاه‌ها، ایستگاه‌های اتوبوس، مترو و ... قرار می‌دهند تا در مخاطبین انگیزه مطالعه آن کتاب‌ها را ایجاد کنند یا از این طریق می‌توان برای افراد پُرمشغله فرصتی ایجاد کرد تا زمان‌های کوتاه و مرده را به بهترین فرصت‌های زندگی، یعنی به زمان مطالعه، تبدیل نمایند.

من بعد از پی بردن به اهمیت موضوع فوق و کمی مطالعه پیرامون آن، همواره در این فکر بوده‌ام که اگر بتوان از طریق چنین کتاب‌هایی فرصتی برای آموزش‌های عمومی و تخصصی در بین مشاغل و اصناف مختلف ایجاد کرد، تحولی شگرف در ارتقاء سطح علمی و فرهنگی نیروهای کار در کشور به وجود خواهد آمد. همان‌طور که می‌دانید برخی از مشاغل، مهارت محور (Expertise – Based) هستند. یعنی میزان موفقیت افراد در آن مشاغل رابطه مستقیم با میزان مهارت نیروهای کار دارد. فروش در تمام زیر گروه‌های شغلی خود، مانند: مدیریت و سرپرستی فروش، فروشندگی مستقیم و غیرمستقیم، بازاریابی، ویزیتوری و ... به‌طور جدی، از مشاغل مهارت محور محسوب می‌شود. لذا بایستی تمامی نیروهای علاقمند و فعال در این زمینه، به‌طور مداوم، در حال یادگیری اصول، فنون و روش‌های نوین فروش باشند. اما همواره نیروهای فعال در این حرفه یک مشکل اساسی را مطرح می‌کنند: «کمبود وقت».

بنابراین، بنده بر اساس تجارب حاصل از موارد مطرح شده تصمیم گرفتم به جای نوشتن یک کتاب قطور و حجیم مهم‌ترین نیازهای