

قدرت فروش مثبت

۳۰ تکنیک مطمئن برای غلبه بر مشتریان جدید، افزایش پورسانت،
و ایجاد یک مجموعه نگرش برای موفقیت در فروش

مؤلف:

استیفن شیفمن

مترجمان:

کمال احمد ریاستا

عضو هیأت عامل سازمان شهید بهشتی

جهانبخش رحیمی بهمنک

ویراستاران:

احمد آخوندی - محسن جاویدمؤید



انتشارات بازاریابی

میرشناسه

شیفمن، استفن

Schiffman, Stephan

عنوان و نام پدیدآور

قدرت فروش مثبت: ۳۰ تکنیک مطمئن برای غلبه بر مشتریان جدید، افزایش پورسانت، و ایجاد یک مجموعه نگرش برای موفقیت در فروش / مؤلف استفن شیفمن؛ مترجمان احمد روستا، جهانبخش رحیمی باغملک؛ ویراستاران احمد آخوندی، محسن جاوید مؤید.

تهران: انتشارات بازاریابی، ۱۳۹۳.

۲۸۸ ص.

978-600-6982-19-9

فیبا

مشخصات نشر

مشخصات ظاهری

شابک

وبسایت فهرست نویسی

ادداشت

The Power of Positive Selling: 30 Surefire Techniques to Win New Clients, Boost Your Commission, and Build the Mindset for Success, c2012.

نمایه

۳۰ تکنیک مطمئن برای غلبه بر مشتریان جدید، افزایش پورسانت، و ایجاد یک مجموعه نگرش برای موفقیت در فروش.

فروشدگی

فروشدگی -- جنبه های روانشناسی

ستا، احمد، ۱۳۲۷ - مترجم

رحیمی باغملک، جهانبخش، ۱۳۵۲ - مترجم

آستا، احمد، ۱۳۴۱ - ویراستار

جاوید مؤید، محسن، ۱۳۶۱ - ویراستار

۱۳۹۳ / ۲۵ / ۱۲ / ۵۴۳۳ HP

۶۸۹۷۵۸۹

شماره

یادداشت

عنوان دیگر

موضوع

موضوع

شناسه افزوده

شناسه افزوده

شناسه افزوده

شناسه افزوده

رده بندی کنگره

رده بندی دیویی

شماره کتابشناسی ملی



کس: (۰۲۱)۶۶۴۳۱۴۰

تلفن: (۰۲۱)۶۶۴۲۳۶۶۷ و (۰۲۱)۶۶۴۳۴۰۵۵

WWW.MARKETINGPUBLISHER.IR

WWW.MARKETINGBOOKS.IR

چاپ اول ۱۳۹۳ / تیراز ۱۱۰۰

چاپخانه پایدار / صحافی البرز

تمامی حقوق محفوظ و متعلق به انتشارات بازاریابی است.

مراکز توزیع:

شرکت توسعه مهندسی بازار گستران آتی (TMBA)

تهران؛ صندوق پستی: ۱۳۴۴۵ / ۱۳۴۴۵؛ تلفن: ۴ - ۰۲۱ / ۶۶۴۰۲۸۴۰۱؛ فکس: ۰۲۱ / ۶۶۴۰۲۸۴۰۵

پخش انتشارات بازاریابی: خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۲۲ فروردین، پلاک ۲۸۵،

مجموع کتاب فروردین، طبقه همکف، واحد یک. تلفن: ۰۲۱ / ۶۶۴۰۸۲۵۱ و ۰۲۱ / ۶۶۴۰۸۲۷۱

قیمت: ۱۴/۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

۷	سخن ناخوش
۱۱	مقدمه و مترجمان
۱۳	قدردانی
۱۵	مقدمه‌ی مؤلف

بخش اول: بهترین کارها را در این موارد بردارید

۲۳	فصل ۱: حقیقت فروش
۳۱	فصل ۲: چه کسی خرید می‌کند و چه کسی خرید نمی‌کند؟
۴۱	فصل ۳: چرا مردم از شما خرید می‌کنند؟
۴۹	فصل ۴: همه چیز به نگرش بستگی دارد
۵۹	فصل ۵: به خود اعتقاد داشته باشید
۶۷	فصل ۶: به شرکت خود اعتقاد داشته باشید
۷۵	فصل ۷: به آنچه می‌فروشید اعتقاد داشته باشید
۸۱	فصل ۸: قدرت صداقت و یکپارچگی
	فصل ۹: درسهای درباره‌ی نادرستکاری (عدم امانتداری)
۱۰۱	فصل ۱۰: مشتری را در درجه‌ی اول در نظر بگیرید

بخش دوم: آماده شوید، انتخاب کنید، بفروشید

۱۱۱	فصل ۱۱: اهداف خود را با مشتری تنظیم کنید
-----	--

فصل ۱۲: تحقیق کنید	۱۱۹
فصل ۱۳: اثرات اولین باور	۱۲۷
فصل ۱۴: تعیین لحن گفت‌وگو	۱۳۳
فصل ۱۵: آهسته صحبت کنید	۱۴۱
فصل ۱۶: قبل از صحبت کردن، گوش دهید	۱۴۹
فصل ۱۷: چگونه سؤال پرسیم	۱۵۹
فصل ۱۸: ده چیزی که هرگز نباید بگویید	۱۶۷
فصل ۱۹: پایان اولین گفت‌وگو	۱۷۵
فصل ۲۰: اثبات پیگیری مثبت	۱۸۳

بخش سوم: از آغاز تا پایان فروش

فصل ۲۱: انواع مشتریان	۱۹۳
فصل ۲۲: شیوه‌های برخورد با اعتراضات	۲۰۱
فصل ۲۳: مشتری عصبانی	۲۰۷
فصل ۲۴: مشتری پرخاشگر	۲۱۵
فصل ۲۵: مشتری مردد	۲۲۵
فصل ۲۶: مشتری نیازمند	۲۳۳
فصل ۲۷: بستن قرارداد فروش	۲۴۱
فصل ۲۸: چه موقع باید کار را رها کرد	۲۴۹
فصل ۲۹: چه موقع مشتری از معامله منصرف می‌شود	۲۵۷
فصل ۳۰: ایجاد یک رابطه‌ی بلندمدت با مشتری	۲۶۵

آشنایی با فعالیتهای شرکت توسعه مهندسی بازار گستران آتی (MBA) ۲۷۳

سخن ناشر

استیفن شیفمن، رییس این کتاب، برای اهالی بازاریابی ایران بویژه حرفه‌ای‌ها شناخته شده است. به نظر نخستین کتابی که از او در ایران ترجمه و توزیع شد، «فنون بازاریابی تلفنی» بود. کتاب کاربردی و تکنیکی که اهالی بازار را مجذوب خود کرد.

بعدها بتدریج کتابهای دیگری از شیفمن در ایران چاپ و منتشر شد که نام او را پرآوازه کرد نظیر ۲۵ روش خطرناک در فروشندگی، ۲۵ عادت‌های منجر به فروش بیشتر می‌شود، ۱۰۱ استراتژی برای فروش موفق، و... کتابهایی که عمده‌تأ کاربردی و تکنیکی هستند.

اما کتاب «قدرت فروش مثبت»؛ یعنی همین کتابی که در دست دارید، افزون بر کاربردی بودن و تکنیکی بودن، با دیدگاه، باور، و فلسفه کاملاً متفاوت به سراغ فروش رفته است. آیا می‌دانید این دیدگاه، باور، و فلسفه چیست؟

برنده - برنده، هدف مقدس فروش است

«قدرت فروش مثبت» از نگاه مؤلف آن، یادگیری یک فن خاص و یا ایجاد واکنش نسبت به یک چالش خاص نیست، فروش یک فلسفه و یک نگرش

است. به گفته‌ی شیفمن، فروش، باوری است که شما به مشتری پیشنهاد و معرفی می‌کنید و این اعتقاد برای مشتری اهمیت دارد.

شیفمن با یک عبارت ناب، خودش را از مجموعه‌ی فروشندگان حرفه‌ای متمایز می‌کند که باور راسخ دارند با یادگیری و اجرای تکنیکهای تاکتیکیهای فروش، می‌توان به "فروش" دست یافت. عبارت ناب و باور شیفمن چنین است: برنده - برنده، هدف مقدس فروش است.

برای رسیدن به هدف مقدس فروش "زاویه‌ی دید و پهنای فکری فروشنده را تغییر دهید داد. شما به عنوان فروشنده درمی‌یابید "حقه‌های فروش"، تکنیکها و ترفندهای فکری فروش، نمی‌تواند نتیجه‌ی برنده - برنده را به بار آورد. پس باید دیدگاه خود را به سرعت تغییر دهید؛ به گونه‌ای که حقیقتاً شما و مشتری، برنده - برنده شوید.

حصار محدود و بسته‌ی تکنیکها و تاکتیکیهای فروش قادرند تا حدودی موفقیت شما را به عنوان فروشنده تضمین کنند. اگر سودای بالاتری دارید تا به "هدف مقدس فروش" دست یابید، ناگه برید باور خود را تصحیح کنید، نگرش خود را تغییر دهید، به گفتار بی‌اهمیت بازار بالاترین کلک در بازار، صداقت و روراستی است. در این صورت است که به فلسفه‌ی فروش فکر خواهید کرد و نه به سرعت و اجرای بی‌فکر کردن تکنیکها و تاکتیکیهای فروش.

با این نگرش، از جناب آقای دکتر احمد روستا، بازاریاب ایران، به خاطر انتخاب و گزینش این کتاب برای ترجمه‌ی آن تشکر و قدردانی می‌کنم. چنین کتاب یا کتابهایی می‌تواند از اساس دیدگاه ما به عنوان فروشندگان حرفه‌ای تغییر دهد. همچنین ضروری است از آقای جهانبخش رحیمی باغملک، دانشجوی دکتری ایشان سپاسگزاری کنم که جناب دکتر روستا را برای این ترجمه همراهی کردند.

شایسته‌ی عنوان است انتشارات بازاریابی علاقه‌مند است و افتخار

می‌کند میزبانی کتابهایی را از صاحب‌نظران و دانشجویان خوش ذوق و اهالی بازار چاپ و منتشر کند که پارادایمهای ذهنی ما را در حوزه‌های وسیع و گسترده‌ی بازاریابی و فروش تغییر دهد، به گونه‌ای که در بند حصارهای کلیشه‌ای نیفتیم و تنها به هدف مقدس فروش فکر کنیم.

از همکارانم احمد آخوندی، مدیر توانای انتشارات بازاریابی، و محسن جام‌مؤید، سردبیر نشریه‌ی توسعه مهندسی بازار ممنونم که افزون بر ویرایش این کتاب، مساعی خویش را به کار بردند تا این کتاب به سرعت چاپ و منتشر گردد.

تقاضای همکاران و نظرات خودتان را برای در نظر گرفتن جهت چاپهای بعدی کتاب از طریق زیر به ما ابلاغ فرمایید:

- سایت شخصی پرویز درگم: www.Dargi.ir
- نشانی اینترنتی: info@TMBA.ir
- سایت انتشارات بازاریابی: www.MarketMarketingPublisher.ir
- نشانی اینترنتی: Info@MarketMarketingPublisher.ir
- نشانی انتشارات بازاریابی: تهران، خیابان آزادی (شرق به غرب)، بعد از خوش شمالی، کوچه نمایندگی، پلاک ۱، واحد ۱
- با شماره‌ی تلفکس: ۶۶۴۳۱۴۶۱ (۰۲۱)
- با شماره‌ی تلفنهای: ۶۶۴۲۳۶۶۷ (۰۲۱) و ۶۶۴۳۴۰۵۵ (۰۲۱)
- با شماره‌ی تلفن همراه شخصی‌ام: ۰۹۱۲۱۹۹۴۲۸۱

گر بخواهید در این یکدم عمر	نیک جوای حقایق باشید
و به چشم همه نیکان جهان	بس برازنده و لایق باشید
هدفی ناب بیابید و در راه وصال	عالم عامل عاشق باشید

سبز باشید
پرویز درگی

مقدمه‌ی مترجمان

فروش مثبت، تنها ادبیاتی نیست که از تکنیکهای جدید فروش نیست بلکه، یک فلسفه است؛ فلسفه‌ای که هر چیزی را در زندگی شما تحت تأثیر قرار می‌دهد. نکته‌ای که در رابطه با فروش باید همیشه به خاطر داشته باشید، این است که مشتریان شما به کمک خرید، نیازهای گوناگونی دارند. آنها انتظار دارند که به آنها کمک کنید تا نیازها را برطرف کنند نه آنکه به آنها بیشتر بفروشید. بهترین روش فروش، کمک به مشتری برای خرید دلخواه است که لازمه‌ی آن داشتن نگرش مشتری‌مداری است. تمرکز در فرایند فروش نگرش و تفکر مثبت نسبت به مشتری وجود داشته باشد. مشتری آن را حس می‌کند.

این کتاب ترجمه‌ی کاملی از اثر پرازش آقای استیفن شوارتز، نام *The power of positive selling* است که در فاصله‌ی کمتر از یک دهه از تاریخ انتشار نسخه‌ی اصلی، ترجمه‌ی آن در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گیرد. در این کتاب تلاش شده است تا مفاهیم و راهبردهای جدید مربوط به فروش و مشتریان مورد بررسی قرار گیرد. در انتهای هر فصل کتاب نویسنده گفت‌وگویی را در قالب سناریو مطرح می‌کند که می‌تواند راهنمای خوبی برای کار فروشندگی و نحوه‌ی رفتار با مشتری باشد.

چارچوب کلی این کتاب مشتمل بر سه بخش است، بخش اول از ده فصل کوتاه تشکیل می‌شود و این بخش بر این موضوع که چرا مردم خرید می‌کنند؟ نگرش فروشندگان در رابطه با خریداران چگونه باید باشد؟ و فروشنده نسبت به خود و چیزی که می‌فروشد، به چه چیزهایی باید توجه کند، می‌پردازد.

در بخش دوم که ده فصل می‌باشد، نویسنده به مراحل آمادگی برای فروش و انتخاب مشتری از طریق تحقیق راجع به مشتری و نحوه‌ی برخورد و گفت‌وگوی قبل از فروش و نکات مربوطه اشاره می‌کند. در بخش سوم نیز که شامل ده فصل است، کتاب به تقسیم‌بندی مشتریان، به‌ویژه با آنها، نحوه‌ی بستن قرارداد فروش و نهایتاً ایجاد یک رابطه‌ی بلندمدت مشتری می‌پردازد.

امیدواریم این کتاب به‌دست‌یافتد، مورد استفاده اساتید، پژوهشگران، مشاوران، کارشناسان، مدیران، دانشجویان و فرماندان رشته‌های بازرگانی و بازاریابی قرار گیرد.

در ترجمه‌ی کتاب سعی شده است تا به رسم امانتداری حتی‌الامکان مطالب و نکات گنجانده شده در کتاب، قدرتیافته در نهایت دقت، ممکن است کاستیهایی هم وجود داشته باشد. در اینجا فرصت را غنیمت شمرده و از فرهیختگان محترم تقاضا داریم تا ما را از نقاط ضعف و پرمند سازند. در خاتمه از همه‌ی کسانی که به ما کمک کردند، این کتاب را منتشر کنیم، سپاسگزاریم.

فروشنده‌ی حرفه‌ای کسی است که همیشه خواستار بی‌ری و به‌کارگیری نکات و راهکارهای تازه برای افزایش انگیزه‌ی خرید در خریداران باشد.

دکتر احمد روستا (عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی)

جهانبخش رحیمی باغملک