

موفقیت در فروش

۱۰ درس کلیدی برای داشتن فروش موفق

درین تریسی

ترجمه

زهرا حس درویش



انتشارات آرامیس

آرامیس ناشر تفکر مدیران موفق

سروشخانه

تریس، بریایان، ۱۹۴۴ - م. Tracy, Brian

عنوان و نام پدیدآور

موفقیت در فروش / برایان، تریس؛ ترجمه‌ی زهره حسن‌درویش

مشخصات نشر

تهران: انتشارات آرامیس، ۱۳۹۴.

مشخصات فائوری

۱۶۶ ص، ۱۷×۱۱، م.

شابک

۷۰۰۰۰ ریال: 978-600-955-0111

وضعیت فهرست نویسی

نییا

عنوان اصل: Sales success, 2015.

یادداشت

کتاب حاضر نخستین بار تحت عنوان «فروش موفق» ترجمه‌ی زان بقوسیان، بنفشه عملرسانی

یادداشت

توسط انتشارات پریم، در سال ۱۳۹۴ فیبا گرفته است.

عنوان دیگر

فروش موفق.

موضوع

نوشتندگی

موضوع

موفقیت در کسب و کار

شماره افزوده

حسن‌درویش، زهره، ۱۳۶۴ -، مترجم

رده‌بندی ده

ب ۱۳۹۴ ف ۴۰۴ / ۲۵ / ۵۳۳۸ HF

ردیفی دیوید

۶۵۸/۸۵

نمونه کتابخانه ملی

۴۱۳۴۵۳۲

موفقیت در فروش

نویسنده: برایان تریس

مترجم: زهره حسن‌درویش

ویراستار: نیکو طوفانی

ناشر: آرامیس

ناظر فنی: علی گودرزی

صفحه‌آرا: قاسمی (رها)

طراحی جلد: یارسا باقری

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول - بهار ۱۳۹۵

شابک:

مراکز فروش:

انتشارات آرامیس:

۰۹۱۲ ۵۷۵۵۱۴۸ - ۰۹۱۲ ۸۳۳۳۰۱۹ - ۰۱۸۸ ۴۸۱۴۵

www.Aramispub.com



انتشارات پردازش

تهران، میدان انقلاب، خیابان شهدای ژاندارمری بین فروردین و

اردیبهشت، پلاک ۱۳۲

شماره تماس: ۰۲۱-۶۶۹۷۵۵۶۱-۷



قیمت: ۷۰۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار.....
۱۶	۱. از پایه هوشمند شوید.....
۲۴	۲. مشتاق بمانید.....
۳۴	۳. مهارت‌های مدیریت شخصی: بازی درازمدت.....
۴۱	۴. مهارت‌های مدیریت شخصی: بازی بیرونی.....
۵۱	۵. دانش تولیدات ممتاز را توسعه دهید.....
۵۶	۶. رقابت خود را تجزیه و تحلیل کنید.....
۶۳	۷. مزیت رقابتی را توسعه دهید.....
۶۷	۸. خطی مشی فروش‌های مؤثر را توسعه دهید.....
۷۷	۹. مانند یک حرفه‌ای کاوش کنید.....
۸۵	۱۰. مشتریان واجد شرایط خود را مشخص کنید.....

- ۹۲..... ۱۱. عامل دوستی.....
- ۹۹..... ۱۲. سه راهنما (کلید) جهت تحریک کردن.....
- ۱۰۶..... ۱۳. عرضه‌های مؤثر ارائه کنید.....
- ۱۱۲..... ۱۴. نیروی پیشنهاد را تمرین کنید.....
- ۱۱۹..... ۱۵. کتاب اعتبار میلیونی (مگا اعتبار).....
- ۱۲۶..... ۱۶. اعتبارات را به طور صحیح مدیریت کنید.....
- ۱۳۳..... ۱۷. در مشورتی بخواهید که وارد عمل شود.....
- ۱۴۰..... ۱۸. به مشتری خدمات عالی ارائه کنید.....
- ۱۴۷..... ۱۹. مشتری را برای ادامه‌ی کار خود حفظ کنید.....
- ۱۵۴..... ۲۰. زمان خود را به طور صحیح مدیریت کنید.....
- ۱۶۰..... ۲۱. هیچ محدودیتی وجود ندارد.....

پیشگمار

من از سن ده سالگی و از زمانی که صابون زیبایی رزامل را می‌فروختم تا بتوانم وارد اداری اجمن مردان جوان مسیحی شوم، در زمینه‌ی فروش فعالیت داشتم. از آن زمان تا کنون بسیار مطالعه و کتاب‌های فراوانی خوانده‌ام و تلاش کرده‌ام که درباره‌ی فروش مطالب بیشتری فرا بگیرم. چرا که من نیز مانند شما قصد داشتم تا در این حیطه موفق شوم.

در ابتدای کار این حرفه، از خود پرسیدم: «چرا برخی از فروشندگان موفق‌تر از دیگران هستند؟ چرا برخی از فروشندگان سریع‌تر، راحت‌تر و بیشتر پول به دست می‌آورند و فروش بیشتری دارند؟ چرا آنها از موفقیت بیشتری لذت می‌برند و سودهای مادی بهتری نظیر ماشین، خانه، و لباس‌های زیبا به دست می‌آورند و رضایت بیشتری در زمینه‌ی

حرفه‌ی خود کسب می‌کنند در حالی که بیشتر فروشندگان با شکست روبه‌رو می‌شوند و یا عملکرد ضعیفی دارند؟»

اولین اصل

سپس قانون ۸۰/۲۰ که به اصل پارتو معروف بود را کشف کردم. این قانون بیان می‌دارد که ۸۰ درصد از فروش‌ها توسط ۲۰ درصد از فروشندگان صورت می‌گیرد و این بدان معناست که ۲۰ درصد از فروش‌ها توسط ۸۰ درصد از فروشندگان انجام می‌شود. زمانی که این اصل را شناختم، تصمیم گرفتم که هر کاری انجام دهم تا به ۲۰ درصد برتر برسم و موفق هم شدم.

چندین سال پیش، شرکت بیمه‌ی بزرگی با هزاران نمایندگی تصمیم گرفت اعتبار قانون ۸۰/۲۰ را برحسب درآمد و فروش خود بسنجد. سپس این شرکت تمام فروش‌های نمایندگی‌ها و اطلاعات مربوط به درآمدهای خود را از طریق کامپیوتر بررسی کرد و متوجه شد که این قانون صحت دارد. ۲۰ درصد از این نمایندگی‌ها ۸۰ درصد از تجارت را اداره می‌کردند. مدیران این شرکت سپس معنای این امر را برحسب درآمد سالانه جویا شدند و دریافته‌اند که ۲۰ درصد برتر این نمایندگی‌ها به طور متوسط شانزده برابر ۸۰ درصد زیرین، سود به دست می‌آورند. آیا این بدان معنا

بود که ۲۰ درصد برتر شانزده برابر بهتر، باهوش تر و لایق تر از آنهایی بودند که در ۸۰ درصد زیرین قرار داشتند؟ پاسخ روشن است: هیچ کس شانزده برابر بهتر و باهوش تر از دیگری نیست، تنها برخی از افراد در اموری مشخص کمی بهتر عمل می کنند.

۲۰ درصد برتر از ۲۰ درصد برتر

این شرکت همچنین به ۴ درصد برتر نمایندگی های خود یعنی ۲۰ درصد برتر از ۲۰ درصد برتر، نگاه کرد و درآمدهای آنان را با نمایندگی های ۸۰ درصد فروش و درآمد پایین مقایسه کرد و مشخص شد که ۴ درصد برتر نمایندگی ها به طور متوسط سی و دو برابر نسبت به آنهایی که ۸۰ درصد پایین قرار داشتند، سود به دست می آورند.

با برداشتن این گام به سمت جلو، شرکت به ۱۰ درصد برتر این نمایندگی ها را یعنی ۲۰ درصد برتر از ۱۰ درصد برتر را مقایسه کردند و متوجه شدند که این گروه متعارف به طور متوسط بیش از پنجاه برابر درآمد افراد ۸۰ درصد زیرین را کسب می کنند.

در هر شهر یا اداره ی بزرگ، فردی وجود داشت که تنها به اندازۀ یا بیشتر از افراد بزرگسال پول به دست می آورد که به طور تمام وقت کار می کردند و همان

محصولات را به همان افراد و با همان قیمت و تحت همان شرایط رقابتی و خارج از همان اداره به فروش می‌رسانند. زمانی که یک فروشنده معمولی به ویژه در حوزه‌ی دستمزد کامل، سالانه سی هزار تا چهل هزار دلار و برخی میلیون‌ها دلار به طور سالانه سود کسب می‌کنند.

تیم جیره‌خوردن

به دلیل وجود این اختلاف باور نکردنی در امر فروش و کسب درآمد، هدف هر فروشنده در هر زمینه باید رسیدن به ۲۵ درصد برتر همان صنعت باشد. ۲۵ درصد برتر، همیشه فروش خوبی دارند و زندگی فوق‌العاده‌ای را تجربه می‌کنند و به شرایط اخیر بازار هیچ اهمیتی نمی‌دهند. این افراد همیشه استخدام شده و به کار گرفتار می‌شوند. همه به دنبال کار کردن با آنها هستند و از همه بالاترین کار خود لذت می‌برند.

چرا چنین اختلاف زیادی در عملکرد فروش وجود دارد؟ در امر موفقیت در حیطه‌ی فروش، قصد داریم بررسی از پاسخ‌هایی را که خودم آنها را کشف کرده‌ام را با شما به اشتراک بگذارم.

توسعه‌ی مرز پیروزی

یکی از مهم‌ترین کشفیات در حوزه‌ی عملکرد انسان در قرن بیستم این بود که ایفاکنندگان برتر در هر زمینه از جمله فروش تنها کمی بهتر از همکارانشان در حوزه‌های مهم و مشخص عمل می‌کنند.

این تفاوت بسیار کوچک در نحوه‌ی عملکرد، مرز پیروزی نامیده می‌شود. افراد برتر در هر زمینه‌ای مرزهای پیروزی آن‌ها را به طور مداوم توسعه داده‌اند. بنابراین عملکرد و نتیجه‌ی فوق‌العاده‌ی آنها به دست آورده‌اند.

قیاس مورد علاقه‌ی من مربوط به مسابقه‌ی اسب‌دوانی است. در این مسابقه اسبی که با فاصله‌ی بسیار کم اول می‌شود، ده برابر اسبی جایزه می‌گیرد که با فاصله‌ی بسیار نزدیک مقام دوم را کسب می‌کند.

آیا اسبی که با فاصله اندک مقام اول را به دست می‌آورد، ده برابر بهتر یا سریع‌تر از اسبی عمل کرد که مقام دوم را کسب می‌کند؟ پاسخ خیر است. اسبی که برنده می‌شود، تنها کمی سریع‌تر حرکت می‌کند و با مشاهده‌ی نمای نزدیک، از خط پایان مسابقه توسط داوران مشخص می‌شود که این مسابقه تنه‌ای با فاصله‌ی سه اینچی به پایان رسیده است.

فروشنده‌ای که کالای شرکت خود را به فروش می‌رساند، ۱۰۰ درصد تجارت و ۱۰۰ درصد حق‌الزحمه‌ی خود را

دریافت می‌کند. آیا فروشنده‌ای که دو برابر فروش می‌کند به همان خوبی فروشنده‌ای است که فروشی انجام نمی‌دهد؟ در هر صورت تفاوت‌ها میان بهترین و ضعیف‌ترین ایفاکنندگان در حوزه‌ی مهارت و توانایی بسیار کم و ناچیز است.

فدی که دویست و پنجاه هزار دلار در طول یکسال از طریق رشدگی به دست می‌آورد، ده برابر باهوش‌تر یا بهتر از فردی است که سالانه بیست و پنج هزار دلار از فروش همان محصول به دست می‌آورد و یا ده برابر این فرد سخت‌تر تلاش نمی‌کند.

هوش کلید این مسئله نیست

چندین سال پیش محققان علمی مطالعه‌ای، هزار فرد بالغ را برحسب تصادف انتخاب کرده و بهره‌ی هوشی آنها را مورد سنجش قرار دادند و متوجه شدند که تفاوت میان باهوش‌ترین و کم‌هوش‌ترین فرد در حدود $2/5$ برابر بوده. اما فردی که در این گروه بالاترین درآمد را کسب می‌کند لزوماً فردی با بالاترین بهره‌ی هوشی نبوده، بیش از صد برابر بیشتر از کمترین درآمد در گروه مشابه را به دست می‌آورد. نتیجه‌ی روشن است. استعداد یا توانایی ذاتی، ضامن موفقیت‌های بزرگ نیست. همه‌ی افراد، استعداد یا توانایی‌های بالقوه‌ی فروشندگی را دارند.

موفقیت شما منحصرأ با کارهایی که با آن استعدادهای ذاتی انجام می‌دهید، تعیین می‌گردد.

ارتباط جادویی با مشتریان

برای درک این مطلب، تعدادی از فروشندگان برتر مورد مطالعه و بررسی قرار گرفتند تا نحوه‌ی افکار و عملکردشان مشخص گردد. نتیجه‌ی مطالعات این بود که فروشندگان با درآمد بالا، تمایلی نداشتند در برقراری ارتباط دوستانه با مشتریان متعدد را برقرار کنند. آنها از همان ابتدا این ارتباط نزدیک را آغاز کرده و سطح اعتماد بالایی را در طول روند فروش به‌وجود می‌آوردند. در حقیقت، وامل شخصیتی ۸۵ درصد و یا حتی درصد بیشتری از فروش موفق را شامل می‌شود.

اثر بخشی فروشنده بر روی افراد، بیش از هر عامل دیگری به مقدار خودشناسی و عزت نفس فروشنده بستگی دارد. به نظر می‌رسد که رابطه‌ی مستقیمی میان عزت نفس و موفقیت در فروش وجود دارد. فروشندگان که به خرد احترام می‌گذارند و خود را دوست دارند به مشتریان خود نیز احترام گذاشته و آنها را نیز دوست خواهند داشت و در عوض مشتریان آنها نیز همین رفتار را در قبال آنها خواهند داشت و محصولات آنها را خریداری کرده و به توصیه‌های خدماتی

آنها گوش می‌کنند.

احساس پیروزی

روان‌شناسان اصطلاحی به نام «عملکرد مبتنی بر عزت نفس» را برای توضیح ارتباط میان عزت نفس و عملکرد شخصی به کار می‌برند. نتیجه‌گیری واضح است: هر قدر بیشتر خود را دوست دارید، بهتر از عهده‌ی انجام کارهای خود بر می‌آیید و هر قدر کار خود را بهتر انجام دهید، خودتان را بیشتر دوست خواهید داشت. در واقع هر یک تقویت‌کننده‌ی دیگری است. هر قدر بهتر به دست آورید، بهتر از آن را نیز به دست می‌آورید. هر قدر موفق‌تر باشید، بیشتر احساس برنده بودن خواهید داشت و هر قدر از این احساس پیروزی لذت بیشتری ببرید، سخت‌تر تلاش می‌کنید و هر قدر افراد بیشتری شما را ببینند، نتایج فروش بهتر را تجربه خواهید کرد.

در صفحات بعدی، یک سری راه‌حل، فنون، و شیوه‌های مشخصی را به شما ارائه خواهم کرد که می‌توانید آنها را برای بهبود عملکرد خود به کار بگیرید. این پیشرفت در زمینه‌ی عملکرد طبعاً سبب می‌شود که حتی بیشتر خرد را دوست بدارید و به خود احترام بگذارید و در نهایت حتی شما را به سطوح بالاتری از عملکرد هدایت خواهد کرد. شما به حرکت مارپیچ رو به بالای موفقیّت و نیروی شخصی خواهید رسید.

که شما را به نقطه‌ی اوج در مهارت‌هایتان سوق خواهد داد.
پس شروع می‌کنیم.

www.ketab.ir