

۱۶۷۵۲۰۸
۲۵ ترقند فروشنده

ترجمه: استغفر صیفی

ترجمه: امیر هوتک اسکندر



سرشناسه : شیفمن، استفن
Schiffman, Stephan
عنوان و نام پدیدآور : ۲۵ ترفند در فروشندگی / استفن شیفمن؛ ترجمه امیر هوشنگ اسکندری
مشخصات نشر : تهران: متن دیگ، ۱۳۹۵
مشخصات ظاهری : ۱۰۴ ص.
شابک : ۷-۲۱-۸۶۹۹-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی : فیا
یادداشت : عنوان اصلی: The ۲۵ sales strategies: that will boost your sales today.
عنوان گسترده : بیست و پنج ترفند در فروشندگی.
موضوع : فروشندگی.
موضوع : موفقیت در کسب و کار.
شناسه افزوده : امیر هوشنگ، اسکندری مترجم
رده بندی کنگره : ۱۳۹۵ ب۲ / ۳۵۴۱
رده بندی دیویی : ۶۵۸/۸۵
شماره کتابشناسی ملی : ۴۵۱۶۴۴۸



انتشارات متن دیگ

آدرس : تهران، میدان انقلاب، خ ۱۲ فروردین، پ ۶۲، طبقه اول

تلفن : ۶۶۱۷۵۱۵۶-۶۶۱۷۵۱۵۷

عنوان کتاب : ۲۵ ترفند فروشندگی

نویسنده : استفن شیفمن

مترجم : امیر هوشنگ اسکندری

ویراستار : مرتضی اسدخواه نوبت و سال چاپ: اول ۱۳۹۵

تیراژ : ۱۰۰۰ جلد قیمت : ۱۵۰۰۰ تومان

شابک : ۷-۲۱-۸۶۹۹-۶۰۰-۹۷۸

فهرست

۳۹	اشتباه ششم:	۹	مقدمه
	یادداشت نکردن گفته‌ها		
	توصیه ششم:	۱۱	اشتباه اول:
	همیشه حرفهای مشتری را یادداشت کنید		نپرداختن با تمام وجود به کار
۴۵	اشتباه هفتم:		توصیه اول:
	قطع ارتباط با مشتری		با تمام وجود به کار پردازید
	توصیه هفتم:	۱۷	اشتباه دوم:
	ارتباط خود را با مشتری پیگیری کنید		گوش دادن به حرفهای مشتری
۴۹	اشتباه هشتم:		توصیه دوم:
	حفظ نکردن ارتباط با مشتری		با دقت به حرفهای مشتری گوش بدهید
	توصیه هشتم:	۲۳	اشتباه سوم:
	ارتباط خود را با مشتریهای قدیم قطع نکنید		درک نکردن احساس مشتری
۵۳	اشتباه نهم:		توصیه سوم:
	نداشتن برنامه روزه		احساس مشتری را درک کنید
	توصیه نهم:	۲۷	اشتباه چهارم:
	برنامه روزه داشته باشید		مشتری را دشمن انگاشتن
۵۹	اشتباه دهم:		توصیه چهارم:
	بی توجهی به سرویس خرد		مشتری را دشمن فرض نکنید
	توصیه دهم:	۳۵	اشتباه پنجم:
	با ظاهری آراسته در ملاقات حضور یابید		حواس پرتی
۶۳	اشتباه یازدهم:		توصیه پنجم:
	منظم نبودن لوازم کار		حواس را جمع کنید

- توصیه یازدهم: دقت کنید وسایل کیف شما مرتب و منظم باشد
- ۸۵ اشتباه شانزدهم: در جریان اطلاعات قرار نداشتن توصیه شانزدهم: سعی کنید همیشه در جریان آخرین اطلاعات قرار داشته باشید
- ۶۷ اشتباه دوازدهم: نه بچیدن کالا و خدمات از دیدگاه مشتری توصیه دوازدهم: کالا و خدمات را دید مشتری را چید
- ۸۹ اشتباه هفدهم: شناسندگی در فروش توصیه هفدهم: برای دریافت سفارش از مشتری دستپاچه نباشید
- ۷۱ اشتباه سیزدهم: ارزش قائل نبودن برای کار خود توصیه سیزدهم: به حرفه و شغل خود افتخار کنید
- ۹۵ اشتباه هژدهم: استفاده نکردن از شاهد زنده توصیه هژدهم: حتی امتداد را از شواهد و نمونه‌ها استفاده کنید
- ۷۷ اشتباه چهاردهم: مجبور کردن مشتری توصیه چهاردهم: به جای مجبور کردن مشتری بکوشید او را آگاه کنید
- ۹۹ اشتباه نوزدهم: برخورد تملق آمیز توصیه نوزدهم: با مشتری چابک‌پوسانه و تجارت آمیز برخورد نکنید
- ۸۱ اشتباه پانزدهم: کودن فرض کردن مشتری توصیه پانزدهم: به این اعتقاد برسید که مشتری کودن نیست
- ۱۰۵ اشتباه بیستم: فریفته طر‌ح‌های بزرگ شدن

- توصیه بیستم: در هیچ شرایطی مشتری را دستکم نگیرید
- اشتباه بیست و چهارم: ۱۲۳
- اشتباه بیست و یکم: ۱۱۱
- نامیدی از جواب رد شنیدن
- توصیه بیست و یکم: با دید منفی و ناامیدانه پا به میدان نگذارید
- از پاسخ رد مشتری دل آزرده و ناامید نشوید
- اشتباه بیست و پنجم: ۱۲۷
- اشتباه بیست و دوم: ۱۱۵
- نداشتن روحیه رقابت
- احساس مسئولیت نکردن نسبت به کار
- توصیه بیست و پنجم: روحیه رقابت و خطر کردن را در خود تقویت کنید
- با کار جدی برخورد کنید و احساس مسئولیت داشته باشید
- اشتباه بیست و سوم: ۱۱۹
- خلاصه مطالب ۱۳۱
- اهمیت ندادن به مشتری
- برای مرور سریع
- توصیه بیست و سوم:

مقدمه

این کتاب با چنین ادعایی عرضه نمی‌شود که در روند فعالیت‌های بازاریابی شما دگرگونی اساسی و سریع ایجاد کند. بسته فکر نمی‌کنم بدون تلاش فردی و این باور که فعالیت خود شما روی نتیجه کارتان اثر می‌گذارد، هیچ کتاب دیگری نیز بتواند چنین ادعایی داشته باشد.

اما می‌توان این کتاب را بعنوان منبعی مؤثر برای تشخیص و رفع معمولترین نارسایی‌ها در امر بازاریابی دانست؛ نارسایی‌هایی که به از بین رفتن درآمد شما منتهی می‌شود.

اگر تا حال شما مسابقات سمای المپیک را از تلویزیون دیده باشید، بدون شک متوجه شده‌اید که رندگان با اختلاف زمانی ۱ یا حتی ۱ ثانیه تعیین می‌شوند و این زمانه حیرت‌انگیز است. هنگامیکه قهرمانان رده بالای جهان با هم به مبارزه می‌پردازند، زمان تعیین کننده پیروزی یا شکست به مقدار یک، نیم برهم زدن است. فکر می‌کنم در فروش و بازاریابی نیز پدیده مشابهی وجود داشته باشد. رقابت در بازرگانی می‌تواند بیرحمانه باشد؛ بین دو رقیب برنده با اختلاف بسیار ناچیزی تعیین می‌شود. اگر سه یا چهار معامله بازرگانی مهم را ببازید از دور خارج شده‌اید و اگر سه یا چهار مورد تجاری بزرگ را ببرید جزء برترین‌ها و

سلطانهای رشته کاری خود خواهید شد.

اینجاست که این کتاب بکارتان می آید. توصیه هایی که برای رفع رایجترین نارساییها در امر بازاریابی در این کتاب بیان داشته ام به شما کمک می کند که چگونه به کارایی و بازاریابی و فروش خود بیفزایید. هدفم از این کتاب طرح روشهای جدید در امر بازاریابی نیست بلکه احتراز از مسائلی است که با رعایت آنها پیریزی رقابتهای سخت را برای خود تضمین می کنید. مطالب این کتاب به زبان ساده و غیر فنی نوشته شده است. در این کتاب به حمایت پیچیده روانشناسی یا علم رفتاری بر نمی خورید بلکه متوجه مطالبی ملموس می شوید که بدون هیچ مشکلی می توانید آنها را به کار بیاورید.

بنظر من بهترین کتاب در امر بازاریابی کتابی است که در ظرف یک یا دو روز خوانده شود و دسترهای آن قابل انجام باشد و به سرعت نتیجه آن را ببینید. من فکر می کنم این کتاب دارای چنین ویژگیهایی باشد. حتماً شما نیز با خواندن این کتاب به چنین نتیجه ای خواهید رسید.