

روان‌شناسی فروش

نویسنده: برایان تریسی

مترجم: منوچهر فرهود



میراثنامه: تریسی، برایان، ۱۹۴۴ - م.

Tracy, Brian

عنوان و نام پدیدآور: روانشناسی فروش/ نویسنده برایان تریسی؛ ترجمه منوچهر فرهود.

مشخصات نشر: تهران: شینمهر، ۱۳۹۶.

مشخصات ظاهری: ۶۴ ص؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.

شابک: 978-600-92854-9-5

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: The psychology of selling: how to sell more, easier, and faster than you ever thought possible, c 204

موضوع: روانشناسی - جنبه‌های روان‌شناسی

رضی: Selling - Psychological aspects

موضوع: فروشنده‌ها - دستنامه‌ها

موضوع: Selling - Handbooks, manuals, etc.

شماره افزود: فرهود، منوچهر، ۱۳۴۰ -، مترجم

رده بندی کتبی: HF۵۴۳۸/۸۱۰۹۵

رده بندی دیویی: ۶۵۰.۱۱

شماره کتابشناسی ملی: ۵۰۳۴۳

نشر شیا مهر

ایران، تهران، شهرآرا، صندوق پستی: ۱۵۹/۱۴۴۵۵

Telegram.me/shiamehr shiamehrpublication@gmail.com

تلفن: ۰۲۱ ۸۶۱۱۰۱۶۵، ۰۲۱ ۸۶۱۱۰۱۶۵

روانشناسی فروش

مؤلف: برایان تریسی

مترجم: منوچهر فرهود

چاپ اول: ۱۳۹۶

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

طراح جلد و صفحه آرا: محمد دیبا فرد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۲۸۵۴-۹-۵

قیمت: ۹۰۰۰۰ ریال

مقدمه مترجم

مدتها بود که به فکر دست یافتن به راهنمای علمی و اجرایی برای بازاریابی و کارشناسی ملک و مهندسی فروش املاک بودم به گونه‌ای که بتوانم دقیق‌ترین راهکارهای علمی برای کارشناسی فروش ملک را در مجموعه‌ای در اختیار داشته باشم تا اینکه به نسخه انگلیسی کتاب "روان‌شناسی فروش" تألیف برایان تریسی دست‌یافتم. کتاب را بسیار جذاب، فتم و خلاصه بودن کتاب و سبک نگارش روان نویسنده که به‌دوراز کلی‌گویی و ادله‌ها، م‌بود بزرگ‌ترین ویژگی کتاب بود که مرا به کار ترجمه آن ترغیب می‌کرد (البته پیش‌تر ت‌های از این کتاب در بازار وجود داشت که بسیار حجیم‌تر از کتاب اصلی است) در روند کار ترجمه باید از زحمات همه اعضای خانواده مخصوصاً به خاطر صبوری همسر و رعایت مواه‌رم به خاطر همفکری در ترجمه سپاسگزاری کنم که بدون پشتوانه و همکاری بی‌ش‌به این عزیزان در ایجاد فضای آرام قطعاً تکمیل ترجمه کتاب حاضر به دلیل روزمرگی‌های ف‌وان این نگارنده مدتها به طول می‌انجامید. برایان تریسی چهره‌ای شناخته‌شده در دنیا، که با و کار امروز و از بزرگان رشته بازاریابی است و از سخنوران و مدرسین پیشرو این رشته تلق‌می‌گردد که از طریق بازاریابی، نگارش کتب تخصصی مختلف و ارائه مشاوره ف‌رش شرکت‌های چندملیتی جایگاه رفیعی را برای خود کسب نموده است.

نسخه انگلیسی کتاب "روان‌شناسی فروش" برای یک کارشناس بازاریابی فعال در هر زمینه بازاریابی نوشته‌شده و مطالعه آن برای هر کارشناس بازاریابی مفید است ولی ترجمه حاضر برداشتی کاملاً وفادار به متن اصلی با اندک چاشنی بازاریابی است در ایران است. به بیانی دقیق‌تر می‌توان گفت حتی منظر نگاه ترجمه حاضر، بحث فروش املاک و تعامل با خریداران ملک است که بخش چالش‌برانگیز کارشناسی املاک است و به‌طورقطع برخی از راهکارهای ارائه‌شده برای برخی جنبه‌های فعالیت در املاک استیجاری کارایی

نخواهد داشت و حتماً لازم است در آن زمینه از نظرات و دیدگاه‌های مدیران و کارشناسان مربوطه استفاده کنم. همچنین امیدوارم در آینده نزدیک دستورالعمل‌هایی در مورد چگونگی تعامل با فروشندگان ملک اعم از مالکین و سازندگان به چاپ بعدی این کتاب اضافه نمایم تا در بخش فروش املاک کلیه مباحث را پوشش داده باشد.

مخاطب کتاب کارشناسانی هستند که در گام‌های آغازین فعالیت بازاریابی ملک هستند و مالک به ارتقاء دانش بازاریابی خود هستند. به تعبیر دیگر کتاب برای کارشناسانی رشته شده که به تازگی با این حرفه آشنا شده‌اند اما تمایل دارند به صورت حرفه‌ای فعالیت خود را ادامه دهند، ولی باین حال مطالب کتاب برای هر کارشناسی مفید است مشروط به اینکه دستورالعمل‌های هر بخش را با موقعیت‌شناسی فکورانه در عمل منطبق و اجرا نماید. کتاب شامل بازده فصل موضوعی است و فصل دوازدهم جمع‌بندی و ارائه نکات کلیدی است و در مرجع حتی شاید بتوان گفت نیاز مبرمی به مفسر و مدرس ندارد و کاملاً خودآموز است ولی لازم است سرفصل‌ها به ترتیب مطالعه شود؛ اما این یک واقعیت قطعی است که کارایی مطالب این کتاب برای هر کارشناسی بستگی به این نکته دارد که هر یک از جملات کتاب را به چه میزان باور داشته باشد، الگوی کار خود قرار دهد و بکار بندد. هر فصل با چند سؤال به عنوان "دانش‌یابی" شروع می‌شود که خواننده را با یک جنبه اساسی کار بازاریابی ملک درگیر می‌کند. کتاب دست کارشناس به تمامی پرسش‌ها پاسخ بدهد و در ادامه نویسنده کلیت موضوع را به دست داده و تبیین نموده و با قلمی روان و گویا به رشته تحریر درآورده است. در انتهای هر فصل با چند سؤال به عنوان "راهکارهای شخصی" از خود کارشناس کمک گرفته می‌شود تا معیارهای حرفه‌ای خود را شناسایی نموده و راهکار ارائه دهد. بدین ترتیب فقط دقت نظر خود کارشناس فروش املاک در تحلیل روش منحصر به فرد خود و پیدا نمودن راهکار ویژه راهگشای وی می‌تواند باشد. مباحث هر فصل به صورت بسیار موجز و به‌دوراز جمله‌پردازی‌های مکرر نوشته شده

است که این از خصوصیات بارز کتاب‌های برایان تریسی است و در ترجمه کاملاً رعایت در امانت گردیده است.

از طرف دیگر با تحولی نوین در بخش املاک در اتحادیه املاک و مستغلات کشور و راه‌اندازی مرکز آموزش عالی املاک، افق‌های نوینی در مسیر حرکت این صنف گشوده شده است که بسیار در شرایط حاضر برای اهداف حرفه‌ای کارشناسان حائز اهمیت است و از سبک دیگر کسب تجربه این نگارنده در یکی از قدیمی‌ترین و بزرگ‌ترین املاک تهران که قبلاً به چهار سال سابقه فعالیت حرفه‌ای دارد فرصتی مغتنم برای من بود تا با افکار و ایده‌های جناب آقای محمد تقوی بنیان‌گذار دلالی علمی و مدیران تراز اول فروش املاک ایران آشنا شوم. در تمامی مسیر حرفه‌ای خود از راهنمایی‌ها و تشویق‌های این عزیزان بهره‌مند شوم. حمیت‌هایی که انگیزه مرا برای خاتمه ترجمه دوچندان می‌کرد و به همین دلیل بر خود لازم می‌دانم به نشانه احترام ترجمه این کتاب را به این سروران گران‌قدر و کلیه همکاران خود در املاک دلتا تقدیم کنم.

در خاتمه لازم می‌دانم از دوست و همکار آقای آقای مهندس یوسفیان به دلیل قبول زحمت در بازخوانی متن جهت ویرایش مضماتی کتاب و همچنین مدیر نشر شیدمهر برای چاپ و ارائه هر چه بهتر این کتاب، تشکر کنم. امیدوارم این راهنمای علمی نیز ابزار اجرایی مفیدی برای سایر همکاران در کارشناسی حرفه‌ای املاک و مستغلات گردد.

پاییز ۹۶

منیر پیر فرهود

کارشناس ارشد MBA

کارشناس حرفه‌ای املاک و مستغلات

فهرست مطالب

شماره صفحه

۴	فصل اول کلیات - روانشناسی فروش املاک
۱۰	فصل دوم پرورش یک شخصیت مقتدر برای کارشناسی
۱۵	فصل سه پیراهن م خرید می کنند
۱۹	فصل چهارم فروش مبتکرانه
۲۴	فصل پنجم روش نزدیک شدن به حریار راه
۲۹	فصل ششم روند فروش
۳۳	فصل هفتم روانشناسی نتیجه گیری
۳۷	فصل هشتم وقتی که سد مخالفت ها در مسیر راه قرار دارند
۴۲	فصل نهم تکنیک های جمع بندی نهایی (بخش اول)
۴۷	فصل دهم تکنیک های جمع بندی نهایی (بخش دوم)
۵۲	فصل یازدهم مدیریت مؤثر زمان
۵۶	ده کلید موفقیت در فروش