

فروش موفق در یک هفته/ نویسنده کریستن هاروی؛ مترجمان مهدی خیرالهی، فرزاد اصغری.
تهران: نسل نواندیش، ۱۳۹۶.

۱۰۴ ص: مصور، جدول؛

عنوان اصلی: Successful selling in a week, 2012.

فروش موفق در یک هفته: یکشنبه: برنامه‌ریزی برای کسب موفقیت خود، دوشنبه: کسب مهارت در تولید محصول و خدمت، سه‌شنبه: کشف انگیزه‌های خرید...

فروشنده‌گی

Selling

موفقیت

Success

بازاریابی

Marketing

۶۵۸/۸۵

HF ۴۵۳۸/۲۵/هـ-۲۰۱۳۹۶

هاروی کریستین

Harvey, Christine

خیرالهی مهدی، ۱۳۶۱ - مترجم

اصغری، فرزاد، ۱۳۵۶ - مترجم

فیفا

۹۷۸-۹۶۴-۲۳۶-۹۲۲-۵

۵۰۹۶۴۸۲

فروش موفق در یک هفته

نویسنده: کریستن هاروی

مترجمان: مهدی خیرالهی - فرزاد اصغری

ویراستار: پروش طلائی

صفحه‌آرا: ساناز صالحی

طراح جلد: ندا ایمنی

ناشر: نسل نواندیش

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۷

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۳۶-۹۲۲-۵

ISBN: 978-964-236-922-5

کتاب‌های مورد نیاز خود را از فروشگاه انتشارات نسل نواندیش تهیه فرمایید.

نشانی فروشگاه نسل نواندیش: میدان ولیعصر - ابتدای کریمخان - پلاک ۳۰۸

تلفن: ۸۸۹۴۲۲۴۷ - ۹

www.naslenowandish.com

info@naslenowandish.com



NasleNowAndish

انتشارات نسل نواندیش

فهرست

۱۱	مقدمه مترجمان
۱۵	درباره نویسنده
۱۷	مقدمه
۱۹	بخش اول
۳۱	دوشنبه
۴۱	سه‌شنبه
۵۱	چهارشنبه
۶۳	پنج‌شنبه
۷۹	جمعه
۸۹	شنبه
۱۰۱	خلاصه هفته

مقدمه مترجمان

به نام یگانه دادار سپهر

«جهان بینی بر رفتار شما و رفتار مشتری اثر می گذارد.»

مردم به شدت از عناصر محیط اطرافشان تأثیر می پذیرند. این عناصر هیچ جا به اندازه فرایند فروش هم نیستند. با تعیین دقیق آن دسته از عناصر تلقین که در کنترل شماست به کارگیری متناسب آن ها در گفت وگوهای فروش، اثری دائمی تر و مثبت تر بر رفتار خرید مشتری احتمالی می گذارید. آری، جهان بینی بر رفتار شما و رفتار مشتری اثر می گذارد.

کارهایی وجود دارد که انجامشان می تواند بر رفتار مشتری احتمالی اثری ناخودآگاه، تلقینی و قوی بگذارد. به یاد داشته باشید که «همه چیز مهم است!» هر کاری که در گفت وگویی فروش انجام می دهید یا مفید است یا مضر. هر عمل و حرف شما در حضور مشتری، شما را به فروش نزدیک تر یا از آن دورتر می کند. همه چیز مهم است.

اهمیت شخصیت

نخستین عامل تلقین، شخصیت شما و نوع رابطه تان با مشتری است. وقتی مثبت، گرم و دوستانه هستید و رفتاری شاد دارید، اثری مثبت بر مشتری می گذارید، در نتیجه بیشتر مشتاق شنیدن سخنان شما و راحت تر متقاعد می شود. عمق باور شما به خوبی محصول، خدمت یا شرکت تان اثر تلقینی قوی و مثبت دارد. وقتی اعتقاد به خوبی محصول را با اشتیاق واضح برای کمک به بهبود

زندگی یا کار مشتری ترکیب می‌کنید، مشتری ناخودآگاه و به‌شدت تحت تأثیر قرار می‌گیرد و متقاعد می‌شود.

اهمیت صدا

واضح است که سخن گفتن اثر تلقینی بسیار قدرتمندی دارد. افرادی که بلند حرف می‌زنند و برای گفتن واژگان انتهایی هر جمله تُن صدایشان را بالا می‌برند، نسبت به افرادی که تُن صدایشان پایین است اثرگذاری بیشتری دارند.

وقتی به شفاقت و اعتماد به نفس سخن می‌گویید، ارزش محصول یا خدمت‌تان بیشتر می‌شود؛ از محصول فردی که آن را با صدای آهسته معرفی می‌کند ارزشمندتر به نظر می‌رسد. طرز بیان و شیوه سخن گفتن شما باید محکم و واضح باشد.

اثرگذاری اولیه

افراد در چهار ثانیه نخست از شما تأثیر می‌پذیرند؛ سپس مجموعه تأثیراتی را که از شما گرفته‌اند در مدت سی ثانیه جمع‌بندی می‌کنند. پس از آن وارد مرحله‌ای می‌شوند که روان‌شناسان آن را «تمایل به تأیید» می‌نامند. آن‌ها دنبال دلایل هستند تا اثرات نخستین را که از شما گرفته‌اند توجیه کنند. اگر ظاهرشان در سی ثانیه اول اثری مطلوب بر مشتری نگذرد، هاله‌ای از جریان آب شنا می‌کنید و باید برای جلب توجه و احترام مشتری سخت تلاش کنید. این موضوع هنگام ارتباط با افراد موفق برجسته‌تر است، زیرا از دیگران منتقدتر هستند و شما را دقیق‌تر قضاوت می‌کنند.

محصولتان را به بهترین شکل معرفی کنید

محصولتان را به بهترین شکل معرفی کنید. همه مطالب فروش باید تمیز، مرتب و جذاب باشد. مشتری فکر می کند کیفیت مطالب فروش نتیجه مستقیم کیفیت محصول است. باید آن ها را درجه یک نشان دهید.

براساس اصل قدرت تلقین، هرچیزی که مشتری می بیند، می شنود یا احساس می کند بر تصمیم خرید یا نخریدن او اثر می گذارد. همه چیز مهم است.

ارادتمند

مهدی خیرالهی - فرزاد اصغری