

کاسبی حرفه‌ای

چگونه می‌توانید کاسبی پر از سود
باشید؟

سعید محمد صالحی

سرشناسه: محمد صالحی، سعید، ۱۳۵۸-

عنوان و نام پدیدآور: کاسبی حرفه‌ای:

چگونه می‌توانید کاسب پول ساز باشید؟

نویسنده سعید محمد صالحی؛ ویراستار طیبه زراعت کار.

مشخصات نشر: تهران: آوین، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۱۵۶ ص. ۵/۱۴×۲۱/۵ س.م.

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۸۱۴۸-۸۷-۹

و.میت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت کتابنامه: ص. ۱۵۲.

عنوان دیگر: چگونه می‌توانید کاسب پول ساز باشید؟

موضوع. موضوعات در کسب و کار

Success in business: موضوع

موضوع: مدیریت فروش

Sales management: موضوع

موضوع: کسب و کار--ایران

Business--Iran: موضوع

رده بندی کنگره: HF۵۳۸۶

رده بندی دیویی: ۶۵۰/۱

شماره کتابشناسی ملی: ۵۸۷۹۸۱۹

ناشر: آوین

کاسپی حرفه‌ای

چگونه می‌توانید کاسب پول ساز باشید؟

نویسنده: سعید محمد صالحی

طراح جلد: مہرنوش ہاشمی

صفحه آرایی و گرافیک: الهه جوانمرد

ویراستار: طیبہ زراعت کار

چاپ و صحافی: جنگل

چاپ اول: ۱۳۹۸

مارگان: ۱۵۰۰ نسخه

۲۵۰۰۰ تومان

کلب، حفرة، و ملق، به ناشر است.

میدان المپیک، بزرگ المپیک، خیابان حق لسان، پلاک ۲۰

تلفن: ۸۸۰۰۷۰۸۳، ۸۸۰۰۷۰۰۰، ۰۲۷۴۵۳۴۱

عضو کانون فرسنگی زنان نار

فروش اینترنتی و اطلاعات ناشران کتاب در

www.avinpub.com



فهرست مطالب

مقدمه

۹

فصل اول

- ۱۵ نگرش‌ها و باورها، غلط‌فهمی‌ها
۱۵ همه می‌تونن کاسبی (منازه‌های کنن) !
۱۸ تصور زود بازده بودن کاسبی
۱۹ به ویتترین مغازه‌های همسایه مراجعه کن
۲۱ هرچه کمتر جلو چشم باشیم بهتره ، چون ممکنه چشم بخوریم
۲۳ فروش نقطه پایان است ! فقط بفروش
۲۶ عدم درک و شناخت مفهوم مشتری و مشتری مداری
۲۸ مالکیت یا مدیریت ؟ (مدیریت کارکنان)
۳۲ عدم وجود چشم‌انداز و عواقب ناشی از آن
۳۴ رصد نکردن حوزه فعالیت در سطح ملی و بین‌المللی
۳۵ تخریب رقبا
۳۷ بی‌توجهی به استفاده از بستر اینترنت
۳۸ عدم برقراری تعادل در زندگی شخصی و کسب‌وکار
۴۵ شناخت تیپ شخصیتی خود برای انتخاب بهتر حوزه فعالیت

فصل دوم: انتخاب هوشمندانه

- ۴۶ تیپ شخصیتی C یا Conscientious به معنای وظیفه‌شناسی (افراد آبی)
۴۸ تیپ شخصیتی S یا Steadiness به معنای ثبات (افراد سبز)
۴۹ تیپ شخصیتی I یا Influence به معنای تأثیرگذاری (افراد زرد)

۵۱	تیپ شخصیتی Dominant یا به معنای تسلط یا نفوذ (افراد قرمز)
۵۲	اثر شگفت‌انگیز تحقیقات میدانی
۵۶	فوت کوزه‌گری
۵۹	انتخاب هدفمند محل کاسه
۵۹	مشتریان شما چه کسانی هستند

فصل سوم: راهکارها

۶۰	دسترسی به تولیدکننده یا عمده‌فروش
۶۰	طرح توسعه در منطقه
۶۱	دسترسی به خدمات پشتیبانی
۶۱	دسترسی به خدمات عمومی
۶۲	رقابت
۶۲	همسایگی با کسب‌وکارها و خدمات دیگر
۶۳	طرز تلقی و برداشت ساکنان منطقه از کاسبی‌تان
۶۳	آب و هوای منطقه
۶۴	نور و روشنایی خیابان
۶۴	وسعت و ویژگی‌های فیزیکی
۶۴	دسترسی پذیری و پارکینگ
۶۴	امنیت ساختمان
۶۵	قیمت
۶۵	خوشنمایی

۶۶	بیمه‌ها
۷۴	وبترین
۸۱	استخدام فروشنده
۸۵	مدیر، مدیریت و مدیریت کارکنان
۹۶	مشتری مداری
۱۰۲	انواع مشتریان از نظر تصمیم به خرید
۱۰۵	سطوح مختلف رضایت
۱۰۶	پیامدهای عدم رضایت مشتری
۱۰۶	مدیریت ارتباط با مشتری یا CRM
۱۱۷	فروش تکنیکی
۱۲۹	مهم‌ترین ویژگی‌های یک فروشنده حرفه‌ای
۱۳۳	تبلیغات
۱۵۱	حرف آخر

مقدمه

کاسبی یا مزه‌داری بوی کشورمون ایران به شکلی سنتی و سینه‌به‌سینه، یعنی از پدر به پسر یا از استاد به شاگرد (اوستا شاگردی) منتقل شده و اکثر این کاسب‌های قدیمی تقریباً یک‌چهارم راه وارتو خودشون دیکته می‌کردن و هنوزم می‌کنن. با یک نگاه به چند سال اخیر سه متوجه شد که روند کاسبی در ایران چه تفاوت‌هایی نسبت به گذشته پیدا کرده. عوامل زیادی در اون دخیل هستند، از جمله تحریم‌ها، تورم، نوسانات نرخ ارز، ورود اومدن استارت‌آپ‌ها (دیجی کالا، زنبیل، مدیسه، مامان پز و...) پایه‌ها گذاشتن هاب‌های بزرگ و از بین رفتن فروشگاه‌های کوچک، فراگیر شدن اینترنت و توسعه کسب و کارهای مجازی، سرعت انتقال اطلاعات از طریق تکنولوژی، آگاهی بیشتر مشتری نسبت به گذشته، تغییر الگوی مصرف مشتریان و تغییر سلیقه‌ها و

فکر می‌کنین با این تغییرات روبه‌رشدی که شاهدش هستین، هنوزم با آینه‌های سنتی کاسبی، می‌شه در این رقابت نابرابر تاب آورد. «مطمئناً» جواب منفیه. در این کتاب قصد دارم، شما رو با آفت‌هایی که در کاسبی وجود داره، حاشیه در کشور وجود داره آشنا کنم. آفت‌هایی که در نوع نگاه و باورهای سنتی کاسبی، کسب و کار و بی‌توجهی به کاسبی مدرن و علم مدیریت ریشه داره. وقتی حرف از باورهای سنتی می‌شه منظور باورهاییه که جایی در سبک مدیریت و رشد و توسعه کار و کسب ما در حال حاضر نداره و انگار که تاریخ مصرفش تموم شده. از قدیم در کاسبی ما ایرانی‌ها باورهای اخلاق‌مدارانه زیادی بوده و هست که

هنوز جزو ارزش‌های ما محسوب می‌شه. این رو به این منظور گفتم که تفکیکی بین این دسته از باورها و باورهای ناکارآمد قائل بشیم. رویکرد اصلی این کتاب در مورد باورها، افکار، عقاید و نگرش‌های کهنه و منسوخ سنتیه که باعث عقب‌موندگی کاسبی‌ها شدن، ولی در فصل دوم و سوم هم به راه‌حل‌های لازم برای بیرون رفتن از این مشکلات اشاره شده تا این کتاب براتون کاملاً کاربردی باشه.

چرا خواستم این کتاب رو بنویسم؟

زمانی که در رشته مدیریت کسب‌وکار شروع به تحصیل کردم، انگار پنجره جدیدی از دنیای کاسبی به روم باز شد. تحصیل توی این رشته برام خیلی جذاب بود و روز به روز دانش‌آزمایش علاقه‌ام به اون بیشتر می‌شد. همیشه در این زمینه سؤال‌های زیادی داشتم که به دنبال کشف جواب‌هاشون بودم. غیر از کتاب‌های تخصصی دانشگاه، شروع به مطالعه کتاب‌های غیردرسی هر کرد. این مطالعات کمک زیادی به من کرد تا دید وسیع‌تری نسبت به این سوالات و چارایی که داشتم پیدا کنم.

بعد از فارغ‌التحصیل شدن، در زمینه مشاوره کسب‌وکار شروع به فعالیت کردم، اما همچنان به بالا بردن علم از طریق مطالعه و ارتباط با بعضی از اساتیدم ادامه دادم. خیلی برام جالب بوده که در زمینه‌ات رو از یک زاویه‌ای می‌دیدم که همه‌کس قادر به دیدن اون‌ها نبود. به‌مراحلی با نگاه کردن به نوع رفتار مغازه‌دارها، نوع چیدمان محصولاتشون، نورپردازی، ویرین، تابلو، فضای داخلی و به‌ویژه اشتباه‌های فروشنده‌ها متوجه مشکلات کاسبی‌ها شدم. اکثر مراجعان مغازه‌داری که برای مشاوره سراغم می‌اومدن، اغلب همگی از یک درد مشترک رنج می‌بردن، در واقع علت خرابی بازار همگی به همین دولت و وضع بد اقتصادی و سیاست‌های غلط دولت نبود، اون‌ها اصلاً نگاهی به نوع مدیریت و هدایت کار خودشون نداشتند، اون‌ها دچار باورها و نگرش‌هایی ناکارآمد به کاسبی و مشتری بودند و اکثراً به شکلی اتفاقی یا سنتی وارد کاسبی شده بودند، این یعنی این‌که شما به ابزارهای لازم در این زمینه مجهز نشدی، نگاه علمی به کارنداری، تکنیک و روش‌های جذب و نگهداری مشتری رو بلد

نیستی، مفهوم مشتری رو درک نکردی، استراتژی برای توسعه و رشد کارت نداری و خیلی چیزهای دیگه که متأسفانه اکثر کاسب‌های ما باهاش درگیر هستن و تقریباً عمومیت داره.

در کنار اینا دو بار تجربه خودم از کاسبی هم به کمک اومد تا موضوع رو بهتر درک کنم و بتونم دلایل بیشتری از ضعف‌های کاسبی در ایران پیدا کنم. مجموعه این مسائل و هم‌چنین حمایت‌ها و تشویق‌های همسر عزیزم باعث شد تا من بتونم به رشد و توسعه سیستم کاسبی کشورم دست به قلم بشم و در زمینه بهر این بخش عظیم از اقتصاد کشور هر چند کوچک، سهمی داشته باشم.

سالیان پیش شخصی وارد زندگی‌ام شد که حضور و آموزه‌هاش موجب تغییرات اساسی در بنیان‌های ذهنی در وطن زندگی‌ام شد. یادم می‌آد زمانی که در کلاس‌هاش مشغول به تئوری و رسم چشم‌انداز زندگی شخصی و هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی بودم، یکی از اهدافم نوشتن کتاب بود که شاید اون موقع ناباورانه اون‌ها رو نوشتم و در کمال تعجب امروز می‌بینم که با ایجاد تغییر و قرار گرفتن در مسیر درست این هدف به واقعیت پیوسته. از تو استاد گرانقدرم جناب محسن متمکن خیلی ممنونم که موجب روشنی راهم شدی و آغازگر تجلی این هدف بودی. اما شخص دیگه‌ای هم وارد زندگی‌ام شد تا به اون معنای جدیدی ببخشه. آره اون کسی نیست؛ جز همسر نازنینم که انرژی و تلاشش باعث شد تا بالاخره دست به قلم بشم و ایده نوشتن کتاب رو اجرایی کنم. از تو ممنونم فاطمه عزیزم که در این راه مشوق من بودی و شاید اگر تشویق من نبود این هدف هیچ‌وقت محقق نمی‌شد.

تقدیم به همسرمهربانم