

زندگی و کسب و کار موفق برای همه (۲۹)

۱۰۱ ایده‌ی سریع برای افزایش فروش

مؤلف:

لیندا اسپارکس

مترجم:

خلیل رضوی

سمیرا شادابی



ناشر کتاب‌های آموزنده، به زبان ساده، برای همه

۱۵۱ ایده‌ی سریع برای افزایش فروش

مؤلف: لیندا اسپارکس / مترجم: خلیل رضوی، سمیرا شادابی

شر: کهکشان دانش / نوبت چاپ: اول، پاییز ۱۳۹۸

پ: معرفی: گاندی تیراژ: ۵۰۰ جلد قیمت: ۳۵ هزار تومان

بک: ۴-۴۷-۶۵۲۴-۶۰۰-۹۷۸

رئز: ۰۹۱۴۳۰۸۹۰۰۱-۰۴۱۳۴۷۶۰۴۵۱

فروش اینترنتی: www.biziket.com/kahkeha

چاپ و تکثیر مجدد در این کتاب به هر شکل ممنوع است
تمام حقوق نشر برای انتشارات کهکشان دانش محفوظ است

سرشناسه: اسپارکس، لیندا، ۱۹۵۸-م. Sparks, Linda

عنوان و نام پدیدآور: ۱۵۱ ایده‌ی سریع برای افزایش فروش / مؤلف لیندا اسپارکس؛ مترجم خلیل رضوی، سمیرا شادابی.

مشخصات نشر: تبریز: کهکشان دانش، ۱۳۹۸.

فروست: زندگی و کسب‌وکار موفق برای همه: ۲۹

یادداشت: عنوان اصلی: 151 quick ideas to increase sales.

عنوان گسترده: صد و پنجاه و یک ایده‌ی سریع برای افزایش فروش.

موضوع: فروش / اندکی

شناسه افزوده: رضوی، خلیل، ۱۳۵۴ - مترجم

شناسه افزوده: شادابی، سمیرا، ۱۳۶۵ - مترجم

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۸ ۴ ص ۱۵ / الف / ۲۵ / HF۵۴۳۸

رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۸۵

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۵۶۲۴۳۲۳

فهرست مطالب

۱۱	راهنمای استفاده از این کتاب
۱۱	مقدمه: چشم‌اندازی به فروش
۱۳	۱. توسعه‌ی کسب‌وکار هدف نهایی است
۱۴	۲. روش‌های فروان تاثیر بر روی فروش
۱۴	۳. فرایند سه مرحله‌ای توسعه‌ی کسب‌وکار
۱۵	۴. اعتماد و تفاهم
۱۶	۵. چراغ‌های فروش رسمی
۱۷	۶. پیدا کردن سال حاضر مشتری داشته باشید ولی
۱۸	۷. مشخص سازید که واقعاً چه چیزی می‌فروشید
۱۹	۸. ارزش‌آدام‌ال بر مشخصات خود را دریابید
۲۰	۹. تاثیر اهداف تجاری بر موفقیت را درک کنید
۲۰	۱۰. دریابید چه‌طور به این اضافه می‌کنید
۲۱	۱۱. تهیه‌ی لیست از دارایی‌ها: توسعه‌ی کسب‌وکار
۲۲	۱۲. جمع‌آوری مستندات
۲۳	۱۳. افزایش مشتریان خوب
۲۴	۱۴. مسیر خود را برای فروش پیدا کنید
۲۴	۱۵. نگرانی‌های مرده را دور بیندازید
۲۵	۱۶. آیا نام تجاری انتخاب کرده‌اید؟
۲۶	۱۷. پتانسیل‌های خود را با جامعه شریک شوید
۲۷	۱۸. تمامی راه‌ها به فروش ختم می‌شود
۲۷	۱۹. هر تبلیغاتی مکانی دارد
۲۸	۲۰. روابط عمومی بازدهی زیادی دارد
۲۹	۲۱. آن‌ها آن را رسانه‌ی درآمدساز می‌نامند
۳۰	۲۲. شهرت خود را به اطلاع عموم برسانید
۳۱	۲۳. رسانه دوست شماست، نه مادران
۳۲	۲۴. جامعه‌ی خواستار شناخت و دوست داشتن شماست
۳۲	۲۵. وب‌سایت‌ها بیش‌تر از بروشورهای ۲۴ ساعته هستند
۳۳	۲۶. قیمت‌گذاری مناسب بیش‌تر از تخفیف اهمیت دارد
۳۴	۲۷. تبلیغ مشارکتی می‌تواند دوستان جدیدی برای‌تان پیدا کند
۳۵	۲۸. اجازه دهید تا نمایشگاه‌های تجاری راه را به شما نشان دهند
۳۶	۲۹. فروش مستقیم، همیشه به شکل مستقیم نیست

۳۰. تماس‌های فروش می‌تواند امور را به کار اندازد..... ۳۶
۳۱. قلمرو روی کرد مدیریتی تا موفقیت..... ۳۷
۳۲. نامه‌ی مستقیم هنوز هم ارسال می‌شود..... ۳۸
۳۳. انتشار نظرات، نفوذ شما را می‌افزاید..... ۳۹
۳۴. فروش انگیزشی در قلب‌ها نفوذ می‌کند..... ۴۰
۳۵. در فروش و دیدگاه‌ها حرف اول را بزنید و توان‌گر باشید..... ۴۱
۳۶. توصیه‌های مشتریان همانند پرنده‌های کمیاب هستند..... ۴۱
۳۷. بازاریابی برای روی داد، یک دارایی بسیار باارزش است..... ۴۳
۳۸. حس همکاری ذاتی را در برنامه‌های خود پیدا کنید..... ۴۳
۳۹. اهداف فروش را برای یک عملکرد عالی، بهینه کنید..... ۴۴
۴۰. موثرترین ایده‌های روی کرد استراتژیک را بشناسید..... ۴۵
۴۱. فروش بی‌تر مشتریان فعلی..... ۴۶
۴۲. حرکتی فراتر از معامله..... ۴۷
۴۳. معام‌ی سه برابر است با زمان بیش‌تر برای فروش بیش‌تر..... ۴۸
۴۴. سازمان‌دهی محل کار..... ۴۹
۴۵. نوآوری توجه همه را جلب می‌کند..... ۵۰
۴۶. کسب و کار خود را زمان‌بندی کنید..... ۵۱
۴۷. شاخص‌های پیش‌ران..... ۵۲
۴۸. فروش؛ این مورد به دنیای شما بستگی دارد..... ۵۳
۴۹. ایجاد یک استراتژی متمرکز بر فرصت..... ۵۴
۵۰. با مخاطبین اصلی خود، عمیق و نامحدود کار کنید..... ۵۵
۵۱. ماموریت ممکن - ماموریت سودآور..... ۵۵
۵۲. وضعیت بازار حائز اهمیت است..... ۵۶
۵۳. بودجه طلب کنید..... ۵۷
۵۴. آیا به زبان آن‌ها صحبت می‌کنید؟..... ۵۸
۵۵. رضایت مشتری همه‌ی ما را به هم وصل می‌کند..... ۵۹
۵۶. دانش رقابت، الهام‌بخش اعتمادبه‌نفس است..... ۶۰
۵۷. آگاهی‌های فنی، نور روشنی را می‌تابانند..... ۶۱
۵۸. وقتی شانس در می‌زند، چه کسی در را باز می‌کند؟..... ۶۲
۵۹. جریان درآمد و مخارج به معنی تجارت است..... ۶۳
۶۰. شکاف بین کارمندان، کار را خراب می‌کند..... ۶۴
۶۱. همکاری‌های جالب..... ۶۵
۶۲. اهداف کوتاه‌مدت طلبی هستند..... ۶۶
۶۳. کامیون بزرگ قرمز رنگ..... ۶۶

۶۴. از تکاپوی موجود در جهان بهره‌برداری کنید. ۶۷
۶۵. معرفی به دیگران، در جشن‌ها بهتر رخ می‌دهد. ۶۸
۶۶. این را تنظیم کنید! ۶۹
۶۷. میهن‌پرستی به مصرف‌کنندگان خدمت می‌رساند. ۷۰
۶۸. این نمایشگاهی برای ابراز وجود است. ۷۱
۶۹. همکاری با افراد باانگیزه، به شما دوستان جدید می‌دهد. ۷۲
۷۰. احبای روز مادر. ۷۳
۷۱. انبوه اطلاعات، آگاهی لازم را حاصل می‌سازد. ۷۴
۷۲. جا به باشید: در مقابل هر چیزی ایستادگی کنید. ۷۵
۷۳. سعی کنید خودتان و داستان‌های‌تان را به اشتراک بگذارید. ۷۶
۷۴. مراقب باشید: علاقه و توجه واقعی را نشان دهید. ۷۷
۷۵. به راحتی در دریا غرق نشوید: حیات کنید: قیمت‌گذاری. ۷۸
۷۶. به راحتی در موردش صحبت کنید: پروژه‌های اضافه‌شده. ۷۹
۷۷. در مورد پول راحت صحبت کنید: فاکتور نوشتن. ۸۰
۷۸. فهم ارزش نداشتن (روش. ۸۱
۷۹. فروشگاه‌های خرده‌فروشی، وینس خوبی دارند. ۸۲
۸۰. اصول مدیریت خسارت. ۸۳
۸۱. مقاله‌ها، بنزین می‌فروشند. ۸۳
۸۲. از افراد مشهور برای تقویت اعتبار خود استفاده کنید. ۸۴
۸۳. انتخاب‌های زیاد، زمان خیلی کم. ۸۵
۸۴. تبلیغات تلویزیونی را برای نقل داستانی پیچیده. کار به یاد. ۸۶
۸۵. معامله‌ی بزرگ، هدیه‌ی تشکر بزرگی می‌طلبد. ۸۷
۸۶. یک بسته شکلات بر روی بالش شما. ۸۸
۸۷. مشاوران مستقل، روش رودررو دارند. ۸۹
۸۸. مشاورین با کار خود زندگی می‌کنند. ۹۰
۸۹. سازندگان مسکن، کار را انجام می‌دهند. ۹۱
۹۰. مشاغل بزرگ، الهام بخش ایده‌های بزرگ هستند. ۹۲
۹۱. بازاریابی کار پیچیده‌ای است. ۹۳
۹۲. کافی‌شاپ‌ها ما را به بیرون آمدن و وقت‌گذاری دعوت می‌کنند. ۹۳
۹۳. تلفن‌های همراه رایگان، مجانی نیستند. ۹۴
۹۴. یک کسب‌وکار مبتنی بر وب، با بازدیدکننده موفق می‌شود. ۹۵
۹۵. تبدیل از رایگان به پولی. ۹۶
۹۶. برنامه‌های وابسته، تلاش شما را تکثیر می‌کنند. ۹۷

۹۷. مناسبته‌ها، با تلاش‌های مردمی تبدیل به موفقیت می‌شوند..... ۹۸
۹۸. مناسبته‌های دورهمی، با پشتیبانی کاری..... ۹۹
۹۹. کمک مردم به فروش سازمان‌های غیرانتفاعی..... ۹۹
۱۰۰. گالری‌ها و موزه‌ها، میزبان نمایش‌های ویژه هستند..... ۱۰۰
۱۰۱. آیا یک مهمانی باریکیو یا خرید شیشه جلوی اتومبیل‌تان می‌خواهید؟..... ۱۰۱
۱۰۲. ویلاگ نویسان، آب را به جریان می‌اندازند..... ۱۰۲
۱۰۳. فرصت طلایی کتاب‌فروشی..... ۱۰۳
۱۰۴. بانک گروگذار، عشق را می‌افزاید..... ۱۰۴
۱۰۵. بازارهای فروش رسانه‌ای، خود را مفصل می‌دانند..... ۱۰۵
۱۰۶. جوامع بازنشسته، تعطیلات مجانی..... ۱۰۶
۱۰۷. هارلی دیویدسون جامعه را می‌سازد..... ۱۰۷
۱۰۸. می‌تواند انجامش دهد، ما هم کمک می‌کنیم..... ۱۰۸
۱۰۹. سازمان با حافظه‌ی طولانی دارند..... ۱۰۹
۱۱۰. پدگان ملاقات میهمانی بازدید از خانه برگزار می‌کنند..... ۱۱۰
۱۱۱. سبک باقه‌ی لطف..... به انبوهی از مردم غذا می‌دهد..... ۱۱۱
۱۱۲. کمک به رسیدن، کمک به مشتریان آینده..... ۱۱۲
۱۱۳. فروش با افراد بیش‌تر، بهتر است..... ۱۱۳
۱۱۴. مطمئن شوید همه در دانش‌نامه چربی می‌فروشند..... ۱۱۴
۱۱۵. کارمندان را مشغول نگه دارید..... ۱۱۵
۱۱۶. معرفی شرکت در چند ثانیه..... ۱۱۶
۱۱۷. تامین‌کنندگان می‌توانند به فروش شما کمک نمایند..... ۱۱۷
۱۱۸. مشتریان می‌توانند به فروش شما کمک کنند..... ۱۱۸
۱۱۹. جامعه می‌تواند به فروش شما کمک کند..... ۱۱۹
۱۲۰. مشارکت صددرصدی در گردآوری دانش..... ۱۱۹
۱۲۱. چشم‌اندازی به پیش‌برد کاری..... ۱۲۰
۱۲۲. مهارت‌های توسعه‌ی کسب‌وکار..... ۱۲۱
۱۲۳. مسائل روزمره که بر فروش تأثیر می‌گذارند..... ۱۲۳
۱۲۴. نحوه‌ی از دست دادن مشتری..... ۱۲۳
۱۲۵. بازسازی مقوله‌ی محصول..... ۱۲۳
۱۲۶. مشتریان مایکروویوی..... ۱۲۴
۱۲۷. بازاریابی بازار هدف..... ۱۲۵
۱۲۸. ازقبل برنامه‌ریزی کنید تا مخاطبین‌تان را به صحبت بگردانید..... ۱۲۶
۱۲۹. ۵ سطح عمیق..... ۱۲۷
۱۳۰. مطالعه در مورد راه‌حل‌های مشکلات مشتریان..... ۱۲۸

۱۳۰. سخن‌رانی‌های به یادماندنی برای فروش ایجاد کنید..... ۱۳۰
۱۳۱. ملزومات تغذیه‌ی روزانه..... ۱۳۱
۱۳۲. هر هفته در مقابل چشم مشتریان خود باشید..... ۱۳۲
۱۳۳. روی خودتان سرمایه‌گذاری کنید..... ۱۳۳
۱۳۴. به یک فرد متخصص تبدیل شوید..... ۱۳۴
۱۳۵. به تعهدات خود عمل کنید..... ۱۳۵
۱۳۶. از روش دوست صمیمی استفاده کنید..... ۱۳۶
۱۳۷. عقب‌نشینی کردن..... ۱۳۷
۱۳۸. باس کشش..... ۱۳۸
۱۳۹. تغییر مکان..... ۱۳۹
۱۴۰. بررسی واقعیت‌ها، درآمد..... ۱۴۰
۱۴۱. بررسی واقعیت‌ها، بازار، هدف، گرا..... ۱۴۱
۱۴۲. بررسی واقعیت‌ها، روی کرد..... ۱۴۲
۱۴۳. ما آن‌چه را اقدام می‌کنیم، مدیریت می‌کنیم..... ۱۴۳
۱۴۴. شاخص‌های پیش‌روی و کندزوری..... ۱۴۴
۱۴۵. به آن‌چه که برای مشتریان مهم است، اقدام نمایید..... ۱۴۵
۱۴۶. ارزیابی آن‌چه که در کسب‌وکار شما مهم است..... ۱۴۶
۱۴۷. بیش‌تر اوقات شکر کنید..... ۱۴۷
۱۴۸. شکرگزارانه زندگی کنید..... ۱۴۸
۱۴۹. چشم‌اندازی از فراوانی..... ۱۴۹
۱۵۰. برای موفقیت، پاداش و جشن در نظر بگیرید..... ۱۵۰