

جادوی مغازه‌های پرفروش

مؤلف:

محمد تولایی

محقق و مشاور توسعه کسب و کار

با پیشگفتاری از:

پرویز درگی

مدرس دانشگاه، رئیس انجمن مدیریت کسب و کار ایران

ویراستار:

احمد آخوندی



سرشناسه	: تولایی، محمد، ۱۳۶۶.
عنوان و نام پدیدآور	: جادوی مغازه‌های پر فروش / مؤلف محمد تولایی؛ با پیشگفتاری از پرویز درگی؛ ویراستار احمد آخوندی.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات بازاریابی، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۵ ص: مصور، جدول.
شابک	: ۹۷۸-۶۶۵۹-۸۳-۳: ۵۸۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: فروشندگی
موضوع	: Selling
موضوع	: فروشگاه‌ها و مغازه‌ها - مدیریت
موضوع	: Stores, Retail - Management
موضوع	: فروشگاه‌ها و مغازه‌ها
موضوع	: Stores, Retail
موضوع	: موفقیت در کسب و کار
موضوع	: Success In Business
شناسه افزوده	: درگی، پرویز ۱۳۴۵ -
شناسه افزوده	: آخوندی، احمد ۱۳۴۱ -، ویراستار
رده‌بندی کنگره	: HF ۵۴۳۸/۳۵
رده‌بندی دیویی	: ۶۵۸/۱۵۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۴۷۱۷۹۵



تلفن: ۶۶۴۳۱۶۳۷ (۰۲۱) و ۶۶۴۳۴۰۵۵ (۰۲۱) دورنگار: ۶۶۴۳۱۴۶۱ (۰۲۱)

WWW.MARKETINGPUBLISHER.IR WWW.MARKETINGBOOKS.IR

چاپ: اول / ۱۴۰۰ / شمارگان: ۱۰۰۰

صحافی چاپخانه: طرح و نقش نوین

تمام حقوق محفوظ و متعلق به انتشارات بازاریابی است.

مراکز توزیع:

شرکت TMBA

تهران: صندوق پستی ۱۳۴۴۵/۱۳۴۴۵ تلفن: ۴-۶۶۰۲۸۴۰۱ (۰۲۱) دورنگار: ۶۶۰۲۸۴۰۵ (۰۲۱)

بخش انتشارات بازاریابی: تهران، خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲ فروردین، پلاک ۲۸۵

مجموع کتاب فروردین طبقه همکف، واحد یک، تلفن: ۶۶۴۰۸۲۵۱ (۰۲۱) و ۶۶۴۰۸۲۷۱ (۰۲۱)

قیمت: ۵۸۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

- پیشگفتار ۱۳
- مقدمه مؤلف ۱۷
- فصل اول: چیدمانهایی که خود فروشنده هستند!** ۲۱
- چیدمان، زبان یک فروشگاه ۲۳
 - افزایش میزان ترافیک فروشگاه ۲۹
 - طراحی نقشه‌ی تردد در فروشگاه ۳۴
 - چیدمان اجناس مطابق با رفتار چشمی انسانها ۴۱
- فصل دوم: ویتروینی به سبک فرش قرمز** ۴۷
- طراحی ویتروینه‌ای پرسروصدا ۴۹
 - مشتری جذب چه ویتروینه‌ای می‌شود؟ ۵۱
 - شش الگوی طراحی ویتروین در جذب مشتری ۵۲
 - طراحی زبان دوم برای فروشگاه ۵۸
- فصل سوم: مغازه‌های پنج ستاره ایجاد کنید!** ۶۳
- پنج در ورودی یک فروشگاه ۶۵
 - چگونه فروشگاهی پنج ستاره ایجاد کنیم؟ ۶۷
 - چهار ابزار نیرومند که با روان مشتری بازی می‌کند ۶۸
 - استفاده از ابزار حس بصری ۷۷

فصل چهارم: حق خود را از بازار بگیرید..... ۷۹

- ۸۱ چگونگی قیمت‌ها فروشنده می‌شوند؟!.....
- ۹۰ چگونگی در فهرست محصولات خود یک محصول ارزان قرار دهیم؟.....
- ۹۲ سه ابزار برای ایجاد قیمت‌های جدید.....
- ۹۵ پنجره‌های بازاریابی.....

فصل پنجم: شکستن سد مقاومت مشتری..... ۹۹

- ۱۰۱ خلق قیمت‌های منصفانه؟!.....
- ۱۰۱ استراتژی مثلث مقاومت.....
- ۱۰۷ قیمت سه گانه.....
- ۱۱۴ ریاضی در مغازه‌داری.....
- ۱۱۵ اشتباه بزرگ در حساب کتاب مغازه‌داران.....
- ۱۱۶ فرمول درصد سود از فروش.....

فصل ششم: طراحی یک پیشنهاد ویژه..... ۱۱۷

- ۱۱۹ طراحی یک پیشنهاد ویژه.....
- ۱۲۰ طعمه‌های ارزان و وسوسه‌انگیز.....
- ۱۲۶ محصول رایگان گران.....
- ۱۲۷ مدل تخفیف وفاداری.....
- ۱۲۸ طراحی قالب یک تخفیف.....

فصل هفتم: ویتامین‌های مغازه‌داری..... ۱۳۳

- ۱۳۵ شناخت و جذب مشتری.....
- ۱۴۰ رفتار زنان و نوسانی در خرید.....
- ۱۴۲ رفتار مردان مریخی در خرید.....
- ۱۴۶ رد پای در دنیای آنلاین.....

پیشگفتار

"جادوی مغازه‌های پر فروش" در زمره‌ی کتابهای خوب و خواندنی است. به نظر من حضور این کتاب در شرایط کنونی فوق‌العاده مغتنم و ارزشمند است.

سالها پیش به یکباره با تعداد نسبتاً مطلوبی از کتابهای "فروشگاه‌داری" در ایران روبه‌رو شدیم که هم تألیف و هم ترجمه بودند. اما به نظر من مدتهاست که این نوع کتابها، تقریباً کم و کمتر می‌شوند. این در حالی است که فضای جامعه، رکود اقتصادی، بحران بیماری کرونا، و بسیاری موضوعات دیگر سبب شده که کاروکسب‌های بزرگ دچار مشکل شوند، برخی کارکنان تعدیل شده و ناگزیرند خودشان، کاروکسب تازه‌ای راه بیندازند. از این رو، اکنون به مراتب بیش از گذشته باید به فکر کاروکسب‌های کوچک و متوسط بود.

"جادوی مغازه‌های پر فروش" کوشیده است برای آنها که کاروکسب تازه‌ای دارند، یا مدتهاست که کاروکسبی دارند، اما تلاطم اقتصادی و ناملایمات سبب شده که دچار اختلال در فروش شوند، سودمند باشد.

واژه‌های این کتاب، صمیمانه، بدور از تکلف، نثر سلیس و روان و البته با محتوای بسیار خوب آراسته شده است. می‌توان این کتاب را از آغاز تا پایان خواند و خسته و دلزده نشد. با وجود این، انتظار می‌رود که قدم به قدم، فصل به فصل این کتاب را خواند، و نکات آن را به کار بست. آنچه قرار است نتایج مادی و معنوی این کتاب را افزون‌تر کند، در کاربردهای آن است.