

فروشنده شش دونگ

مهارت‌های پاسخ‌گویی به اعتراضات مشتری

مهارت‌های متقاعدسازی مشتری

مهارت‌های قطعی کردن فروش



محمد قربانی

بهار ۱۳۹۹

۲۸۷۲۶/۴

سورشناسه	: قربانی، محمد، ۱۳۵۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: فروشنده شش دونگ : مهارت‌های پاسخگویی به اعتراضات مشتری، مهارت‌های متقاعدسازی مشتری، مهارت‌های قطعی کردن فروش / محمد قربانی.
مشخصات نشر	: تهران: درخت بلورین، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۱۲ ص.
شابک	: ۲۵۰۰۰ ریال - ۹۹۸۵۵۳-۹۶۴-۹۷۸:
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۹۱-۱۹۳.
عنوان دیگر	: مهارت‌های پاسخگویی به اعتراضات مشتری، مهارت‌های متقاعدسازی مشتری، مهارت‌های قطعی کردن فروش.
موضوع	: مشتری شناسی -- مدیریت
موضوع	: Customer relations -- Management
موضوع	: خدمات مشتری -- مدیریت
موضوع	: Customer services -- Management
موضوع	: مدیریت فروش
موضوع	: Sales management
موضوع	: موفقیت در کسب و کار
موضوع	: Success in business
رده بندی کنگر	: ۵/۵۴۱ HF
رده بندی دیویی	: ۸۱۲/۶۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۳۰۰۹



انتشارات درخت بلورین

فروشنده شش دونگ

مؤلف : محمد قربانی

طراحی روی جلد : موسس جهان

چاپ، حروفچینی و صحافی : حجم سبز

این کتاب در یک هزار نسخه به چاپ رسید.

کلیه حقوق و اقتباس از اثر برای ناشر محفوظ است.

قیمت : ۲۵ هزار تومان

چاپ اول : ۱۳۹۹

ISBN : 978-964-9985-53-4

شابک : ۹۷۸-۹۶۴-۹۹۸۵-۵۳-۴

آدرس _ تهران میدان انقلاب جنب سینمای پارس پاساژ پارس پلاک ۱۲ چاپ حجم سبز

تلفن :- ۰۹۳۵۴۰۶۸۰۱۳۰۲۱۶۶۵۷۰۲۹۶

فهرست مطالب

ix

پیشگفتار

دو نیک اول: فروش و ابزارهای فروش

فروش چیست؟

نحله ذهنی نویسنده (حریف فروش)

انواع روش های فروش

فروش مستقیم

فروش غیرمستقیم

فروش خدماتی

فروش مشاوره ای

فروش اینترنتی

فروش در شبکه های اجتماعی

فروش از طریق ایمیل مارکتینگ

فروش تلفنی

فروش شخصی

خرده فروشی

فروش فشاری

فروش کششی

فروش افقی

فروش عمودی

فروش همایشی

فروشگاه های زنجیره ای

نمایندگی

۱۱	قیف فروش
۱۲	ماتریس مشتری‌یابی:
۱۳	مراحل قیف فروش
۱۴	کارآمدترین مدل قیف فروش و کاربردهای قیف فروش
۱۵	استراتژی چیست؟ و اصلی‌ترین استراتژی‌های فروش کدامند؟
۱۸	نظر نویسنده در مورد چهارپی
۱۹	ماتریس‌اس‌دی‌لِوِاتی (SWOT)
۲۰	دو بخش‌اس‌دی‌لِوِاتی (SWOT)
۲۲	کی‌پی‌آی (KPI) چیست؟
۲۴	شاخص کلیدی عملکرد هوشمند چیست؟
۲۷	قانون پارتو چیست؟ چه کاربردی دارد؟
۲۹	شناخت تیپ‌شنه‌یتی
۳۵	آنچه باید در مورد پروموشن بدانید
۳۸	معروف‌ترین پروموشن‌های دوش
۳۸	۱. محصولات تخفیف‌دار
۳۹	۲. حمل و نقل رایگان، برگشت محضرت، مره‌ع درن رایگان محصول
۴۰	۳. حراج موقت یا محدود
۴۰	۴. بیشتر خرید کنید، بیشتر پس‌انداز کنید
۴۱	۵. دادن محصول یا هدایای مارک‌دار
۴۱	۶. امتیاز وفاداری
۴۲	۷. دادن کوپن
۴۲	۸. رقابت
۴۳	۹. پروموشن‌های تعطیلات
۴۳	۱۰. قیمت مطابق وعده
۴۴	۱۱. سمپلینگ (نمونه‌برداری)
۴۴	۱۲. باندل کردن (بسته‌ای از چند کالا با یک قیمت)
۴۵	۱۳. محصولاتان را برای بلاگرها ارسال کنید
۴۵	۱۴. همکاری با دیگر کسب‌وکارها و برندسازی مشترک
۴۶	۱۵. محصول داغ
۴۷	انواع پیشبرد فروش با پروموشن
۴۸	دستاوردهای استفاده از پروموشن
۴۸	برای چه اصنافی می‌توان پروموشن گذاشت؟
۴۹	دلایل استفاده از ترویج یا پروموشن در حوزه محصولات تند مصرف
۴۹	نقش لب‌خند فروشنده در ارائه پروموشن‌ها

دوگ دوم: آنچه که یک فروشنده باید بداند

هدف چیست و آنچه باید درباره هدف بدانیم؟

انواع اهداف

فروشنده کیست؟

انواع فروشنده کدامند؟

۱. فروشنده سفارش گیر، کلیشه ای

۲. فروشنده خلاق و اقتصادی

۳. فروشنده مشارکتی

۴. فروشنده مشاوره ای، مهارتی

۵. فروشنده ادراکی

۶. فروشنده علمی و علمی

۷. فروشنده اطلاعاتی

۸. فروشنده سازمانی

۹. فروشنندگان تخصصی

۱۰. فروشنندگان برند معروف و سرگشته

۱۱. فروشنندگان تبلیغ گرا و رسانه محور

۱۲. فروشنندگان رابطه ای و شخص محور

۱۳. فروشنندگان مکان محور

۱۴. فروشنندگان محصول محور و سبدگرا

۱۵. فروشنندگان سیگنالی و مدیر محور

۱۶. فروشنندگان پرستیژ محور

۱۷. فروشنندگان شخص گرا

۱۸. فروشنندگان تنبیه گرا

۱۹. فروشنندگان اغراق گرا و خالی بند

چرا فروشنده در ایران شغل محبوبی نیست؟ و به عنوان یک شغل ثابت استفاده نمی کنیم؟

علت پایین بودن متوسط عمر ویزیتورها و سرخوردگی آنها از شغل فروشنده

چگونگی محاسبه پورسانت فروشنده

تعریف جهانی بازاریابی

انواع بازاریابی

ضرورت های بازاریابی

تعریف نیاز و انواع نیاز

نظریه مازلو

تفاوت فروش با بازاریابی (مارکتینگ)

۷۸	تفاوت‌های ویزیتور، فروشنده و بازاریاب
۷۹	چه زمانی به شما فروشنده، ویزیتور یا بازاریاب می‌گویند؟
۸۰	علت نگرش اشتباه مدیران به بازاریابان
۸۰	آیا شما یک نابغه فروش هستید؟
۸۵	دوئگ سوم: آنچه که باید از خصوصیات و صفت‌های فروشندگان شش دوئگ بدانید
۸۶	فروشندگان بد چه کسانی هستند؟
۸۷	ویژگی‌های قاتلان فروش
۸۹	دلایل عمده شکست فروشندگان بد
۹۲	چگونه به یک فروشنده شش دوئگ تبدیل شویم؟
۹۴	بهترین زمان بهره‌برداری از فروش شش دوئگ
۹۶	مهمترین نقش و مهارت فروشنده شش دوئگ چیست؟
۱۰۰	آمادگی‌ها و مهارت‌های فروشندگان شش دوئگ
۱۰۶	فروشندگان شش دوئگ چه کارها و انش‌ها را باید بدانند و انجام دهند؟
۱۱۰	مواردی که فروشندگان شش دوئگ برای موفقیت مالی رعایت میکنند.
۱۱۱	نحوه عملکرد فروشندگان شش دوئگ در زمان بحران
۱۱۴	تفاوت‌های پیگیری و سماجت در فروش
۱۱۶	وقتی مشتری می‌گوید «نه» چه کاری را نباید کرد؟
۱۱۹	فهرست مشتریان
۱۲۱	دوئگ چهارم: خودتان را برای آنچه که باید انجام دهید، آماده کنید
۱۲۲	آمادگی برای فروش
۱۲۶	اهمیت کلمات مورد استفاده در ابتدای گفتگو
۱۲۷	ابزارهایی برای یک فروش حرفه‌ای که باید همراه داشته باشیم
۱۲۹	ظاهرتان را برای موفقیت آماده کنید.
۱۳۲	مدیریت زمان در مذاکره
۱۳۵	مدیریت نگاه در مذاکره
۱۳۶	مدیریت صدا در مذاکره
۱۳۸	مدیریت زبان بدن در مذاکره
۱۴۳	نشانه‌های عدم وجود ارتباط هماهنگ با مشتری در حین مذاکره
۱۴۴	راه‌های بهتر گوش دادن
۱۴۵	راه‌هایی که نشان دهیم در حال گوش دادن هستیم

- ۱۴۶ موانع گوش دادن واقعی و ارتباط هماهنگ در مذاکره
 ۱۴۷ هفت گام طلایی فروش
 ۱۴۷ آبراهام لینکلن
 ۱۵۷ کسی که باید در فروش شبیه او باشید.

- دوینگ پنجم: به چه رفتاری اعتراض می‌گوییم و چطور باید در زمان اعتراض مشتری
 ۱۶۱ رفتار کنیم

- ۱۶۲ اعتراض چیست؟
 ۱۶۵ علت اعتراض مشتری
 ۱۶۷ انواع اعتراض
 ۱۶۸ بازخور غروشی حتمی به اعتراض
 ۱۷۶ فنون پاسخ به اعتراضات مشتری

- دوینگ ششم: در زمان قطعی کردن فروش باید چگونه رفتار کنیم

- ۱۹۴ قطعی کردن فروش
 ۲۰۰ چرا بعضی از فروشندگان نمی‌توانند فروش را قطعی کنند؟
 ۲۰۳ نکات طلایی در قطعی کردن فروش
 ۲۰۵ زمان قطعی کردن فروش
 ۲۰۷ مهارت‌های قطعی کردن فروش به عنوان یک فروشنده حرفه‌ای
 ۲۱۷ تحلیل درست از خرید مشتری

- ۲۲۱ کتابنامه

- ۲۲۵ سخن مؤلف با خوانندگان

پیش‌گفتار

ای که با نامت جهان آغاز شد
دفتر ما هم به نامت باز شد
دفتری کز نام تو زیور گرفت
کار آن از عرش بالاتر گرفت

موفقیت به معنای همیشه پیروز بودن و شکست نخوردن نیست، بلکه به معنای نیل به مهم‌ترین اهداف است؛ یعنی موفقیت پیروزی در جنگ خواهد بود، ولی نه در هر نبرد کوچکی و موهبت هر شکست در نبردهای کوچک برای شما تجربه‌ای است که به دست آورده‌اید و بستر موفقیت را برای شما در آینده آماده می‌کند.

انسان‌های موفق از سیاره دیگری نیامده‌اند، آن‌ها هم مشکلات خودشان را دارند؛ هم محدودیت‌های معمولی دارند و هم غیر معمولی، تفاوت اینجاست که آن‌ها پذیرفته‌اند از پس مشکلات برمی‌آیند، آن‌ها خودشان را باور کرده‌اند، آن‌ها از مشکلات پله به پله بخته‌اند نه کوه. انسان‌های قوی در کمال خودباوری انتخاب کرده‌اند که قوی باشند. اگر شما هر روز توقع داشته باشید که اتفاقات خوب برایتان رخ بدهد، میزان دستیابی به موفقیت حیران‌کننده را در زندگی افزایش می‌دهید. هولناک‌ترین دیوارها آن‌هایی هستند که در فکر و ذهن ما به وجود می‌آیند. زندگی ما بازتاب باورهای ماست، هنگامی که عمیق‌ترین باورهای خود را درباره زندگی تغییر می‌دهید، زندگی به همان اندازه تغییر می‌کند. خدا را چه دیدی، شاید قرار است همانی شود که تو می‌خواهی.

موفقیت در فروش موضوعی ذهنی است. آنچه در ذهن فروشنده می‌گذرد همه تفاوت‌ها را ایجاد می‌کند. تصویر ذهنی مجموعه‌ای از باورهاست که درباره خودتان دارید. قوی بودن در مغز اتفاق می‌افتد، قوی بودن همت می‌خواهد، ما همانی هستیم که می‌اندیشیم. چقدر برای کنترل افکار و پاکسازی افکار منفی و درست فکر کردن و غربال کردن افکار تلاش

کردی و زمان می‌گذاری؟ شما نمی‌توانید با فکر گذشته چالش‌های امروز خودتان را حل کنید، تغییر و تحول‌هایی اتفاق افتاده که نیاز به فکر جدید دارد. روی هم رفته، بهتر است بگوییم که «قوی باش؛ حتی اگر قوی نیستی آدای قوی بودن را در بیاور، مدتی که بگذرد به غیر از دیگران خودت هم باورت می‌شود که قوی هستی و بعد از مدتی واقعاً قوی می‌شوی». با تمرکز کردن بر افکار مثبت و توانمندی‌های خود شگفتی‌های جدیدی را خلق می‌کنید که برای دیگران محال است.

این باور شماست. باورها اعتقاداتی هستند که در مورد خودتان، دنیای اطرافتان و شخصیت و تو نمنده دارید. این باورها عمیقاً در ناخودآگاه شما ریشه دوانده است و در همه زندگی شما نقش مثبت یا منفی را بازی می‌کند. باور کنید هیچ چیز را در دنیای بیرون تجربه نخواهیم کرد، مگر اینکه قادر در دنیای درونت تجربه کرده باشید. باور نیمی از موفقیت ما را رقم می‌زند. به اهداف بزرگ فکر کنید تا به نتیجه‌های بزرگ برسید، فقط آن چیزی را در ذهنتان راه بدهید که دوست دارید اتفاق بیفتد. شما به همان کسی تبدیل می‌شوید که به آن باور دارید. اگر بخواهیم باور را به زبان بسیار ساده تعریف کنیم؛ باورها همان ذهنیت‌تان در تفکرات و ضمیر ناخودآگاه‌تان است. قدرت باور بسیار زیاد است و تمام زندگی انسانها را باورهای هر انسان می‌سازد. باورها نقش مهمی در زندگی انسان‌ها ایفا می‌کنند. مبحث باور بسیار مهم است، زیرا تنها تفاوت انسانها در باورهایشان است. دور ذهنی، بر سر راه فروش موفق قرار دارند: اول ترس از شکست و دوم ترس از رد شدن و مورد بی‌اعتنایی واقع شدن (عدم پذیرش).

گاه افرادی را دیده‌اید که بی‌اغراق در زندگی خود برگردان بوده‌اند. آن‌ها به سادگی آنچه تقدیر برایشان رقم می‌زند را می‌پذیرند. شاید عده کمی از این افراد بر حسب اتفاق به موفقیت دست یابند، در حالی که اغلب آنان در تمام طول عمر خود با ناامیدی رنج می‌برند. این کتاب را برای آنان ننوشته‌ام، زیرا آن‌ها نه عزمی برای کسب موفقیت دارند، نه رغبتی برای اختصاص دادن زمان، نه تلاشی برای دستیابی به موفقیت می‌کنند. واقعاً، این کتاب را برای شما ننوشته‌ام که می‌خواهید زندگی رضایت‌بخش‌تر و غنی‌تری نسبت به زندگی کنونی خود داشته باشید.

این کتاب به شما کمک می‌کند تا اهداف جدیدی را برای خودتان بنیان بگذارید، مفهوم جدیدی را از هدف‌گذاری به دست آورید و روش‌های جدیدی برای تحقق آن‌ها دست یابید و همان گونه که این کتاب ادعا شده است خودتان را با تمرین مهارت‌هایی که به شما خواهیم آموخت برای کسب موفقیت روزافزون آماده می‌کنید.

یکی از مهم‌ترین اهداف این کتاب کمک به شما در زمان‌بندی، برنامه‌ریزی و تقویت در مذاکره است. بدانید که تاکنون حتی اگر یک بار هم فروش انجام نداده‌اید یا یادگیری کارهایی

که باید انجام دهید و مراقبت از کارهایی که نباید انجام دهید به زودی تبدیل به یک چهره سرشناس خواهید شد و هر روز یک موفقیت کاری را رقم خواهید زد. روش های پیشنهادی آن کاملاً به صورت عملیاتی در بازار تحقیق شده و اجرا شده اند و اصطلاحات آن به طور کاملاً کارشناسی براساس اصول و قواعد فروش تعریف شده است.

کتابی که اکنون در دست دارید و همه آنچه در سطر سطر ورق های آن نگاشته شده است، در ابتدا دانش و تجربه بوده است، اما آنچه باعث شد واژه ها و اندیشه هایم در ذهنم نقش گیرد و چون سیالی آرام به سوی شما راه یابد، همانا انرژی ای بود که برای برقراری پیوندی با مبدأ و خالق کائنات هستی برقرار کردم. اینک این کتاب گواهی بر گفته هایم که اگر با منشأ اصلی وجود خویش آگاه شویم و با خالق هستی ارتباط برقرار کنیم، هر آنچه در ذهن داریم به وقوع خواهد پیوست.

اگر قصد دارید بدانید که در اثر خواندن این کتاب چگونه فکر و ذهن شما متحول می شود، اجازه دهید به شما بگویم. قبل از آن، ابتدا بخش آخر این کتاب که در مورد منابع و مآخذ است را مطالعه کنید، تا دقیقاً متوجه شوید که این کتاب حاصل مقایسه چند فرضیه و نظریه با چند دیدگاه دانشمندان فروش است.

آیا تا به حال شنیده اید: رهرو آن است که آهسته و پیوسته رود. او برنده مسابقه است. آیا داستان مسابقه لاک پشت و خرگوش را شنیده اید. من همان لاک پشت سرزمین موفقیت هستم. کافی است زمان بدهید تا ثابت کنم که همه را در هر زمان و رقابتی شکست خواهم داد. شاید بپرسید چگونه؟ باید بگویم: بهتر، باهوش تر و سرپیش تر از دیگر قبیان نیستم، بلکه عادات رفتاری مثبتی در خودم به وجود آورده و با پشتکار تقویتشان کرده و این امر باعث پیروزی ام خواهد شد. در همه دنیا کسی مانند من به باورهایش اعتقاد و ایمان ندارد، من به زیبا بودن فصل بعدی زندگی ام ایمان دارم، چون نویسنده آن را می شناسم. نمونه اشکار می دهم، من می دانم که باور دارد صداقت، وفاداری، مقاومت و پشتکار کلید نهایی موفقیت او است. بیشتر مردم نمی دانند که چگونه باورهایشان را تقویت کنند، ولی همین پشتکار یکی از بزرگ ترین دام هایی است که بر سر راه افرادی قرار می گیرد که برای رسیدن به خواسته های رؤیایی خود تلاش می کنند و چطور باید از این دام نجات یافت. از خانواده ام برای این موضوع، پرورش و فهماندن باورهایم متشکرم که در حقیقت آن ها اولین مربی بودند تا قدرت باورام را زنده کرده است.

در هفت سالگی به دلیل یک سانحه کاری پدرم به رحمت خدا رفت و مادرم بار تربیت و مسئولیت ام را به دوش گرفت. او بسیار مهربان و خوش اخلاق رفتار می کرد و برای رسیدن به موفقیت بسیار سخت گیری می کرد.

از مادرم متشکرم که هر روز قبل از ساعت شش صبح مرا با ضربه ای آرام و دوست داشتنی

و با صدای مهربان و آهنگین خودش بیدارم می کرد و حتی گاهی اوقات با خواندن شعرهای کودکانه که نام من را در آن می آورد از خواب بیدار می کرد.

سنگینی بیدار شدن ام مانند بلند کردن یک بشکه دویست لیتری از زمین بود. نابرده رنج گنج میسر نمی شود. این جمله ای بود که هر روز با خودم تکرار می کردم.

استقامتی مثال زدنی در وجود مادرم بود که انگیزه ام را برای رسیدن به اهدافم چندین برابر می کرد و هیچ اتفاقی را برای نرفتن به کار بهانه نمی دانست، گاهی اوقات حتی روزهای جمعه نیز مرا از خواب برای رفتن به کار بیدار می کرد که با گفتن این جمله «مادر امروز جمعه است» دمت از سرم برمی داشت. روزی را یاد ندارم که مادرم ساعت پنج صبح بیدار نباشد (او باور ندارد بیدار شدن اول صبح برکت زندگی را صدچندان می کند). همیشه مادرم می گفت: اگر بخودآگاه فکر کنی که توانایی بردن و پیروز شدن را داری، ایمان داشته باش که برنده خواهی شد.

طوری بقتل رسانا ن یزه بود که حتی در بسیاری از موارد ساعت یادآوری کارهایم را به او می سپردم.

مادرم هیچ بهانه ای را قبول نمی کرد، اجازه نداشتم برای بیماری به سر کار نروم، مگر اینکه به شدت مصدوم و درگیر بیماری خاصی می شدم. یکی از اصلی ترین رازهای موفقیت ام سخت گیری های مادرم و آموزش های او برای استمرار و استقامت در رسیدن به اهدافم بود. طوری مرا تر و خشک می کرد که حتی بعد از هر بیماری می توانستند این کار را انجام دهند.

انضباط فردی از مهمترین آموزش های مادرم بود که به نظر من از مهمترین صفت های موفقیت است، اگر بتوانید خودتان را وادار کنید که کارها را با نظم و به موقع انجام دهید، چه خوشتان بیاید و چه بدتان بیاید، عملاً موفقیت شما تضمین خواهد شد. یکی از تفاوت های عمده بین افراد موفق و بقیه، در اکثر موارد همین رعایت انضباط فردی است. در ضمن انضباط فردی صفات دیگر شما را هم تقویت می کند. مثل؛ افزایش احترام به خود، رضایت شخصی و در نهایت عزت نفس.

قطعاً علم و تجربه پایه و اساس هر چیزی در این عالم است، اما شما در سطح کسب و کار به دنبال این هستید که نظریه های علمی را در عملیاتی ترین سطوح به کار بگیرید. قطعاً کسی می تواند به شما کمک کند که ده ها مورد از مشکلات مشابه مشکل شما را دیده و حل کرده باشد. شما چه فکر کنید می توانید بفروشید و چه فکر کنید نمی توانید بفروشید، در هر دو صورت حق با شماست و انتخاب اینکه مسیر موفقیت را برای خودتان مهیا کنید یا خیر. موفقیت ابتدا در ذهن اتفاق می افتد.

تذکر: به پاورقی های کتاب بسیار دقت کنید، این اصلاحات باید ملکه ذهن شما شوند تا

برای تکمیل و تسلط شما بر گفته‌هایتان به زبان بیایند. از اصلی‌ترین شاخصه‌های این کتاب جمع‌آوری تجربیات شخصی و مهارت‌های فروش و ارائه آن‌ها به زبان بسیار ساده برای عموم افراد است تا هر شخص بتواند یک شوالیه فروش باشد. اصول و قواعد بیان شده در آن برای همه افراد کاربردی است. کالبد ذهنی نویسنده براساس چنین فرضی بنا نهاده شده است که اغلب مردم به دلیل بی‌ رغبتی به کار فروش و فقدان مهارت‌های فروش شکست خورده‌اند و نه به دلیل ناتوانی یا نداشتن هوش و استعداد.

در این کتاب راه کارهایی با روش‌های بسیار ساده و رایج معرفی خواهم کرد که به تنهایی می‌تواند توانایی‌های شما را در فروش بالا ببرد. با این راه کارها یاد می‌گیرید که چگونه و مهارت خودتان را در فروش بالا ببرید، چگونه به «نه» مشتری پاسخ بدهید و توضیحات کاملی در خصوص آمادگی برای یک فروش موفق بیان خواهم کرد و مثال‌های مختلفی در زمینه فروش و بستن سفرش را برای شما خواهم زد و در پایان فهرستی از روش‌های متقاعدسازی مشتری را با همدیگر مرور خواهیم کرد.

بسیاری از مدیران با این موضوع مواجه‌اند که یافتن فروشندگان واقعاً شش‌دوگ کاری بسیار مشکل است. کسانی که می‌توانند شرکت خود بیرون رفته و با تأمین امکان بقا و رشد مؤسسه به آن بازگردند. و در میان این افراد «کیار»، ستارگان شش‌دوگ خیلی کمیاب‌تر هستند.

جهان بیش از پیش رقابتی شده است. برای استمرار بقا و تأمین پیشرفت ما نیاز به شناخت و درک فروش و روش‌های متقاعد کردن دیگران داریم. اگر روزی بیست و یکم شرکتی قصد رقابت با همتایان خود و کسب پیروزی دارد، نیازمند به استفاده از تسلیحاتی خواهد بود که بتوانند بفروشند.

قول نمی‌دهم که جادو کنم، اما قول می‌دهم با فنون حیرت‌آور و مهیج که به شما آموزش خواهم داد و با به کارگیری آن هر تلاشی برای فروش موفق از آب دربیاید و قول می‌دهم به اگر رهنمودهای مرا پیروی کنید قادر خواهید بود تا از شر بسیاری از فروش‌ها راحت شوید؛ استاد هنر فروشندگی شوید؛ واقعاً شش‌دوگ شوید؛ و از طرف همکاران خود به عنوان یک فروشنده موفق و یک ستاره فروش به رسمیت شناخته شوید.

بارها و بارها این کتاب را ویرایش کردم. هر بار که شروع به ویرایش مجدد این کتاب می‌کردم فکر اینکه انسان‌های بسیاری وقت خود را برای کسب دانش و موفقیت صرف خواندن این کتاب خواهند کرد مسئولیت مرا برای ارزش مطالب و نوشتن راه کارهای کلیدی و موثق بودن آن بیشتر می‌کرد. شما هنگام مطالعه این کتاب بارها خواهید گفت: «این را می‌دانم» یا «آری، این حرف که چیز تازه‌ای نیست».