

یخ شکن ها

(چه کار کنیم که مشتری اصرار کند کار را به او معرفی کنیم)

www.ketab.ir

نویسنده: تام (بیگ ال) شرایتر

مترجم: فاطمه رمضانی

سرشناسه: شرایتر، تام، Schreiter, Tom

عنوان و نام پدیدآور: یخ شکن ها: چه کار کنیم که مشتری اصرار کند کار را به او معرفی کنیم /

نویسنده تام (بیگ ال) شرایتر؛ مترجم فاطمه رمضانی؛

مشخصات نشر: تهران: دلوان، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۱۱۰ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۸۲۰۲-۵-۴

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: Ice breakers: how to get any prospect to beg you for a

presentation

یادداشت: کتاب حاضر با عناوین مختلف توسط مترجمان و ناشران متفاوت در سال های مختلف

ترجمه و منتشر شده است.

عنوان دیگر: چه کار کنیم که مشتری اصرار کند کار را به او معرفی کنیم

موضوع: بازاریابی چندسطحی

Multilevel marketing: موضوع

موضوع: کسب و کار -- معرفی و ارائه

Business presentations: موضوع

موضوع: کسب و کار -- ارتباط

Business communication: موضوع

شناسه افزوده: رمضانی، فاطمه، ۱۳۶۴- مترجم

رده بندی کنگره: HF۵۴۱۵/ ۱۲۶

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۳

شماره کتابشناسی ملی: ۸۴۷۶۲۶۷

اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا

عنوان کتاب: یخ شکن ها
(چه کار کنیم که مشتری اصرار کند کار را به او معرفی کنیم)
نویسنده: تام (بیگ ال) شرایتر
مترجم: فاطمه رمضانی
ناشر: انتشارات دلوان
ویراستار: فاطمه کرد
مطبع: امیر فنی: غلامرضا ایمانی
طراح جلد: محسن آرا: زهرا کرد
ویراستار فنی: سارا ایمانی
ناظر چاپ: محمد دسترس
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۸۲۰۲-۵-۴
تیراژ: ۵۰ جلد
نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۰
چاپ و صحافی: سوگند
قیمت: ۶۰۰۰۰ تومان

کلیه حقوق مادی و معنوی و حق چاپ و فروش متعلق به ناشر می باشد.
نشانی: تهران، خیابان جمهوری، بین فلسطین و ابوریحان، روبروی اورژانس، پاساژ خاجویی
شماره تماس مدیرمسئول: ۰۹۱۲۰۵۴۶۷۰۴

فهرست مطالب

ای وای! ای داد.....	۹
چرا من برای زندگی‌ام باید رنج بکشم، ولی شما پولدار و خوشبخت باشید.....	۱۲
فن بیان، کلید طلایی فرصت موفقیت در همه جاست.....	۱۵
به هر کجا سفر می‌کنم، این مشکل همیشگی است.....	۱۸
بخاطر این باورهای نادرست ناامید نشوید.....	۲۰
آن حرف‌های ناپسندی که از روی عصبانیت به خواهر خود گفتید.....	۲۵
فرمول #۱.....	۳۱
بیا باید کمی با نحوه کار این فرمول آشنا شویم.....	۳۵
آیا این روش برای مشتری احتمالی هم کاربرد دارد؟.....	۴۶
وقت مهمانی.....	۵۱
این را تست نکنید! این فقط یک مثال است.....	۵۳
فرمول #۲.....	۵۵
فرمول #۳ (بهترین راهکار برای معرفی کار به مشتری احتمالی).....	۶۲
فرمول #۴ (بهترین راهکار برای معرفی کار به مشتری احتمالی).....	۷۵
چگونه می‌توان حس منفی را القاء کرد!.....	۷۶
فرمول #۵.....	۸۱
بازاریاب‌های بشدت خجالتی می‌توانند این کار را انجام دهند.....	۹۵
فرمول #۶.....	۹۹
و در خاتمه.....	۱۰۹

پیش‌گفتار

«موفقیت، سرنخ‌هایی را به جای می‌گذارد.»

بلی، درست است، اما شکست هم سرنخی را به جای می‌گذارد. از سال ۱۹۷۲، من وارد حرفه بازاریابی شبکه شدم.

سعی کردم فرصت‌هایی را کسب‌کنم، اما شانس‌های موفقیت، آن را «غیرممکن» می‌ساختند. سعی کردم با فرصت‌هایی موجود، به کار خود رونق دهم و این فرصت‌ها، موضوع را کاملاً متحول ساختند و بدون استفاده از این فرصت‌ها، دیگران به دنبال بهانه‌هایی برای رد کردن ایده‌ها بودند. من برای جلب فرصت‌هایی «ویژه» تبلیغات کردم، ولی دیگران به آن‌ها به هیچ‌وجه علاقه‌ای نشان ندادند.

سرنخی که از این شکست به دست آمده چه بود؟ تمام بحث‌های من با جملات ثابتی در مورد فرصت ویژه‌ای آغاز می‌شدند که از آن بهره‌مند شده بودم. عباراتی که انتخاب می‌کردم، امیدم را به ناامیدی تبدیل کرد. برای بهره‌مندی از فرصت‌هایی جدید، تکرار جملات نامناسب و غیرحرفه‌ای بارها و بارها این مشکل را ایجاد کرد. مشکل، استفاده از جملات نابجا و نامناسب بود. تا زمانی که الگوی معرفی خود (بخش‌کن‌ها) را تغییر ندادم، هیچ پیشرفتی در حرفه‌ام صورت نگرفت. در این کتاب، بخش‌کن‌هایی نشان داده شده‌اند تا با استفاده از آن‌ها بتوانید کار خود را به دیگران معرفی کنید.

نام «بیگ آل» شرایتر