

یخ شکن‌ها

چگونه مشتری را ترغیب به شناختن کار خود کنیم؟

تام شرایتر

www.ketab.ir



انتشارات فرشته

سرشناسه	: شرایتر، تام Schreiter, Tom
عنوان و نام پدیدآور	: یخ شکن‌ها : چگونه مشتری را ترغیب به شناختن کار خود کنیم؟/تام شرایتر؛ مترجم ناردین مثنایی نجیبی ؛ ویراستار قهرمان عسکری.
مشخصات نشر	: تبریز: انتشارات فرشته، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۹۶ ص.
فروست	: یخ‌شکن‌ها؛ ۳.
شابک	: 978-622-7275-45-2
وضعیت فهرست نویسی	: فیها
یادداشت	: عنوان اصلی: Ice breakers : how to get any prospect to beg you for a presentation.
عنوان دیگر	: یخ‌شکن‌ها : چه کار کنیم که مشتری اصرار کند کار را به او معرفی کنیم.
عنوان دیگر	: چگونه مشتری را ترغیب به شناختن کار خود کنیم؟
موضوع	: بازاریابی چندسطحی
موضوع	: Multilevel marketing
موضوع	: کسب و کار -- معرفی و ارائه
موضوع	: Business presentations
موضوع	: کسب و کار -- ارتباط
موضوع	: Business communication
شناسه افزوده	: مثنایی نجیبی، ناردین، ۱۳۷۸-، مترجم
رده بندی کنگره	: HF۵۴۱۵/۱۳۶
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۶۰۰۴۳۷
وضعیت رکورد	: فیها

مرکز پخش: تبریز خیابان طالقانی بین مصلی و ۱۷ شهریور

انتشارات فرشته ۰۹۱۹۶۰۳۲۹۹ - www.fereshtehpub.ir

- ❖ نام کتاب: یخ شکن‌ها
- ❖ نویسنده: تام شرایتر
- ❖ مترجم: ناردین مثنایی نجیبی
- ❖ ویراستار: قهرمان عسکری
- ❖ ناشر: فرشته
- ❖ نوبت چاپ: اول / ۱۴۰۰
- ❖ تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
- ❖ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۲۷۵-۴۵-۲

مروری بر عناوین کتاب

- ۴..... مقدمه
- ۵..... آه! آخ!
- ۸..... چرا باید برای ثروتمند و خوشبخت شدن تو، من جان بکنم؟
- ۱۱..... نیروهای بالقوه‌ی موفقیت همه‌جا هستند، به شرطی که بدانی باید چه بگویند
- ۱۴..... به هر جای جهان سفر کنم، این مشکل پیش می‌آید
- ۱۶..... فریب این افسانه‌ها را نخورید
- ۲۰..... آن چند کلمه‌ی متشنج که به خواهرتان می‌گویند
- ۲۵..... فرمول اول
- ۲۹..... بیایید کمی با این فرمول بازی کنیم
- ۳۹..... آیا بخشن‌ها برای بازارهای سرد هم مؤثرند؟
- ۴۴..... وقت مهمانی!
- ۴۶..... این را امتحان نکنید! این فقط یک مثال است
- ۴۸..... فرمول دوم
- ۵۶..... فرمول سوم (بهترین مشتریان و نیروهای بالقوه)
- ۶۷..... فرمول چهارم (خلق خریدار و نیروی بالقوه)
- ۷۲..... فرمول پنجم
- ۸۳..... بازاربان بسیار خجالتی می‌تواند به این شیوه عمل کند
- ۸۶..... فرمول ششم
- ۹۴..... و در نهایت...

مقدمه

«موفقیت، سرنخ‌هایی به ما می‌دهد.»

بله، این درست است. اما شکست نیز سرنخ‌هایی به ما می‌دهد. سال ۱۹۷۲ بود و من در حرفه‌ی بازاریابی شبکه‌ای تازه‌کار بودم. سعی می‌کردم با مشتریان قرار ملاقات تنظیم کنم، اما موفق نمی‌شدم. سعی می‌کردم با نیروهای بالقوه و خریداران سر صحبت را باز کنم، اما آن‌ها فوراً بحث را عوض کرده و دنبال دستاویزی برای کناره‌گیری از آن می‌گشتند. برای مشتریان گرم و پر شور، کارم را تبلیغ می‌کردم. اما آن‌ها جوابم را طوری می‌دادند که بی‌می‌بردم نظرشان را جلب نکرده‌ام.

سرنخی که از تمامی این شکست‌ها به دست آمده، چه می‌تواند باشد؟ تمام مکالمات من با عبارات ساده و پیش‌پا افتاده شروع می‌شد. عباراتی که من انتخاب کرده بودم، «نه» گفتن را به مشتری تحمیل می‌کردند. به کارگیری عبارات نادرست و ناشی از بی‌مهارتی در مکالمه‌ام با مشتریان جدید، هرگز این مشکل را حل نکرد. مشکل این بود که من از کلمات نادرست استفاده می‌کردم.

تا زمانی که عبارات آغازگر صحبت‌م با مشتری را (بخ‌شکن‌هایم را) تجدید نکرده بودم، چیزی در حرفه‌ام عوض نمی‌شد. پس حالا کتابی مستدل در رابطه با بخ‌شکن‌ها را در اختیاران می‌گذارم تا دیگر شما دنباله‌ی سرنخ شکست را نگیرید. تام شرایدر