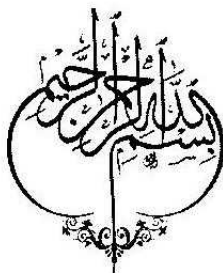


۲۲۴۹۱.۹



# پادشاه فروش

رازهای طلایی برای فروشندگان

مؤلف:

دکتر حسین شعبانی



۱۴۰۰

سرشناسه  
عنوان و نام پدیدآور  
مشخصات نشر  
مشخصات طابعه  
شابک

شعبانی، حسین، ۱۳۶۶-  
پادشاه فروش: راههای طلایی برای فروشندگان / مؤلف حسین شعبانی.  
تهران: انتشارات شیل، ۱۴۰۰.  
۲۲۲ ص.

978-622-5720-07-7

وضیعت فهرست نویسی  
یادداشت  
عنوان دیگر  
موضوع

فیب  
تقدیم: ص. ۲۱۷-۲۲۱.  
راههای طلایی برای فروشندگان.  
فروشندگان -- جنبه‌های روان‌شناسی  
Selling -- Psychological aspects  
موفقیت در کسب و کار -- جنبه‌های روان‌شناسی

Success in business-- Psychological aspects

HF۵۴۳۸/۸

۶۵۸/۸۵

۸۷۰۳۸۵۳

رده بندی کتبه  
رده بندی ریویزی  
شماره کتابشناس ملی  
اطلاعات رکورد کتابشناسی

## پادشاه فروش (راههای طلایی برای فروشندگان)



ISBN: 978-622-5720-07-7



786225

720077

کلیه حقوق چاپ محفوظ است

مؤلف: دکتر حسین شعبانی

ناشر: انتشارات شیل

سال چاپ: ۱۴۰۰

نوبت چاپ: اول

شمارگان: ۳۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۷۲۰-۰۷-۷

طراح جلد: محمد مهدی شعبانی

قیمت: ۶۳۰۰۰ تومان

انتشارات شیل ناشر کتب تخصصی و دانشگاهی ۰۲۴۰-۰۹۳۰۱۳۰۰۹۶۱-۷۷۲۲۹۹۶۱ (۰۲۱)

## فهرست

|    |                                     |
|----|-------------------------------------|
| ۷  | پیشگفتار                            |
| ۹  | فصل اول: خلاقیت                     |
| ۱۱ | تعریف خلاقیت                        |
| ۱۴ | هدف خلاقیت                          |
| ۱۶ | کاربرد خلاقیت                       |
| ۱۷ | آزمون سنجش خلاقیت                   |
| ۱۷ | تست سنجش خلاقیت تورنس               |
| ۱۹ | آزمون سنجش خلاقیت بزرگ سال (ATTA)   |
| ۲۱ | عوامل مؤثر بر خلاقیت                |
| ۲۲ | تکنیک‌های ایده پردازی               |
| ۲۶ | بهترین تکنیک‌ها در ایده پردازی موفق |
| ۳۴ | تکنیک چرا                           |
| ۳۷ | تکنیک PMI                           |
| ۳۸ | تکنیک نیلوفر آبی                    |
| ۴۱ | تکنیک چه می‌شود اگر                 |
| ۴۲ | تکنیک اسکمپر                        |
| ۴۸ | تکنیک درهم شکستن مفروضات            |
| ۵۰ | تکنیک تجزیه و تحلیل مورفولوژیک      |
| ۵۴ | تکنیک دلفی                          |

|          |                                                |
|----------|------------------------------------------------|
| ۵۸.....  | مفهوم نوآوری                                   |
| ۶۱.....  | انواع نوآوری                                   |
| ۶۲.....  | سطوح نوآوری                                    |
| ۶۶.....  | قیف نوآوری                                     |
| ۶۷.....  | قیف نوآوری، روشی برای مدیریت ایده‌های نوآورانه |
| ۶۹.....  | نقش امور مالی در نوآوری                        |
| ۷۰.....  | تفاوت خلاقیت و نوآوری                          |
| ۷۲.....  | فناوری‌های نوآورانه                            |
| ۷۵.....  | <b>فصل دوم: فروش</b>                           |
| ۷۷.....  | نکات طلایی قبل از جذب مشتری جدید               |
| ۷۸.....  | تبلیغ و تبلیغات                                |
| ۷۹.....  | ترسیم پرسونا و جذب مشتری جدید                  |
| ۸۳.....  | مفهوم فرایند فروش                              |
| ۸۸.....  | اجزای فرایند فروش                              |
| ۹۰.....  | فرایندهای پس از فروش                           |
| ۹۱.....  | مدل‌های فروش                                   |
| ۹۳.....  | تکنیک‌های نهایی سازی فروش                      |
| ۹۵.....  | انواع فروش مستقیم                              |
| ۹۷.....  | راهنمای شروع به کار در زمینه فروش مستقیم       |
| ۱۰۰..... | نقش بازاریابی در فروش                          |