

تکنیک‌های طلایی نهایی کردن فروش

تألیف:

محمد شفیع خانی

ویراستار:

مریم چهاربالشی



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

سرشناسه : شفیع خانی، محمد، ۱۳۵۳ -
 عنوان و پدیدآور : تکنیک های طلایی نهایی کردن فروش / تألیف
 محمد شفیع خانی.
 مشخصات نشر : تهران: رسا، ۱۳۹۲.
 مشخصات ظاهری : ۱۰۴ ص.
 شابک : ISBN 978-964-317-870-3
 یادداشت : فیبا.
 موضوع : فروشندگی.
 موضوع : بازاریابی.
 موضوع : موفقیت در کسب و کار.
 رده بندی کنگره : ۳۹۲ / ۷ش / ۲۵ / ۵۴۳۸ HF
 رده بندی دیویی : ۶۵۸ / ۸۵
 شماره کتابخانه ملی : ۳۲۵۳۶۱۰



مؤسسه خدمات فرهنگی رسا

تلفن: ۴۵-۸۸۸۳۴۸۴۴ فاکس: ۸۸۸۳۸۱۲۵

WWW.RASABOOKS.IR

چاپ اول: ۱۳۹۲ / تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه
 چاپخانه: سعدی / صحافی: کیمیا

کلیه حقوق محفوظ و مخصوص ناشر است.
 مرکز توزیع: پخش رسا - تلفن: ۶۶۹۰۷۷۱۰ و ۶۶۹۰۷۷۱۲

قیمت: ۶۵۰۰ تومان

فهرست

۱۳	 مقدمه
۱۵	 شما می‌توانید از عهده آن برآید
۱۵	 نهایی کردن به روش سکوت
۱۶	 نهایی کردن به روش کنترل کردن
۱۷	 نهایی کردن به روش سوال مقابل
	 نهایی کردن به روش «می‌دانید به نظر من کاملاً معقول و مناسب است، به نظر شما چطور؟»
۱۸	 نهایی کردن به روش «آیا موردی هست که از نظرمان دور مانده باشد؟»
۱۹	 نهایی کردن به روش قایق یدککش
۲۱	 نهایی کردن با گفتن جمله «این باعث انصراف شما نمی‌شود»
۲۲	 نهایی کردن با روش تنها گذاشتن خریدار
۲۳	 نهایی کردن به روش اعتراض نهایی
۲۴	 نهایی کردن به روش «نه»
۲۵	 نهایی کردن به روش «بله» «بله»
۲۷	 نهایی کردن به روش وینس لومباردی
۲۸	 نهایی کردن با عبارت «مشروط بر اینکه»
۲۹	 نهایی کردن به روش «احتمال وقوع»
۳۰	 نهایی کردن به روش بن فرانکلین
۳۰	 نهایی کردن به روش «اشتباه احمقانه»
۳۱	 نهایی کردن به روش توله سگ
۳۳	 نهایی کردن به روش تصمیم‌گیری در مسائل جزئی
۳۴	 نهایی کردن به روش مثبت‌اندیشی
۳۵	 نهایی کردن به روش فرار زندانیان جنگی

۳۶	 نهایی کردن به روش گزینه‌ی جایگزین
۳۸	 نهایی کردن به روش دستگیره در
۳۹	 نهایی کردن از طریق تفرقه انداختن و نتیجه گرفتن
۴۰	 نهایی کردن به روش زمان دادن به خریدار
۴۱	 نهایی کردن به روش به خاطر آوردن
۴۲	 نهایی کردن به روش قول داوسون
۴۳	 نهایی کردن به روش نتیجه‌گیری اشتباه
۴۳	 نهایی کردن به روش قطعی کردن ثانویه
۴۴	 گزینه‌ای را پیشنهاد دهید
۴۵	 نهایی کردن فروش از طریق فاصله گرفتن
۴۵	 نهایی کردن به شیوه تنها امروز
۴۶	 نهایی شدن فروش را تصور کردن
۴۷	 نهایی کردن به روش زاویه تیر
۴۷	 نهایی کردن به روش آمادگی برای قبول سفارش
۴۸	 نهایی کردن به روش ایجاد میل خرید
۴۹	 درباره مزایا و منافع توضیح بدهید
۴۹	 نهایی کردن دعوتی
۴۹	 از اعتراض‌های احتمالی آگاه شوید
۵۰	 تنها سؤال کنید
۵۱	 روش‌های مختلف برای درخواست کردن
۵۱	 نهایی کردن با گزینه‌های مختلف
۵۲	 در زمینه تحویل یا پرداخت، امکان انتخاب بدهید
۵۲	 نهایی کردن فرضی
۵۳	 کنترل فروش را به دست بگیرید
۵۳	 فروش پس از فروش
۵۳	 نشانی و تاریخ را بپرسید
۵۳	 نهایی کردن با کلام معکوس
۵۴	 به یک جواب خوب فکر کنید

۵۴	نهایی کردن به روش جا عوض کردن
۵۵	یک اعتراض احتمالی را مطرح کنید
۵۶	نهایی کردن به روش معرفی مشتری
۵۶	کسی شوید که شما را معرفی کنند
۵۶	از هم بپرسید
۵۷	در مورد مشتریانی که به شما معرفی می شوند، سریع اقدام بکنید
۵۷	هدیه بفرستید
۵۸	یادداشت تشکر بفرستید
۵۸	«آدم های خوب دیگری مثل شما»
۵۹	معرفی مشتریان جدید
۵۹	اگر درخواست کنید دیگران به شما کمک می کنند
۶۰	تصمیم بگیرید تنها به مشتریانی فروش کنید که معرفی می شوند
۶۰	نهایی کردن به روش بگذارید بپرسم
۶۱	با شخص دیگری کنترل کنید
۶۱	خرید لباس
۶۱	نهایی کردن فروش به روش خلاصه کردن
۶۲	نهایی کردن به روش مستقیم
۶۳	نهایی کردن به روش اسکناس
۶۴	نهایی کردن به روش "may I have your business?"
۶۴	نهایی کردن به روش «در یک مقیاس یک تا ده، به نظر خودتان چقدر ایستاده اید؟»
۶۵	نهایی کردن با رویکرد غیر مستقیم
۶۷	نهایی کردن به روش معکوس
۷۱	اگر فروش منعقد نشود، چه اتفاقی می افتد؟
۷۲	چه زمانی برای انعقاد فروش مناسب است؟
۷۲	علائم کلامی
۷۳	نهایی کردن به روش سنجشی
۷۴	نهایی کردن به روش گزینه ای

- ۷۵ نهایی کردن به روش حرف را در دهان بچه گذاشتن
- ۷۵ نهایی کردن به روش آزمایشی
- ۷۷ نهایی کردن به روش بچه‌ها
- ۷۹ نهایی کردن به روش غلتاندن قلم
- ۷۹ نهایی کردن به روش درخواست کردن
- ۸۰ سؤال‌های پایانی
- ۸۱ نهایی کردن به روش پرسش‌های روشن‌ساز
- ۸۱ نهایی کردن فروش علی‌رغم ایرادات
- ۸۲ نهایی کردن فروش به روش پیش‌بینی
- ۸۳ نهایی کردن به روش فروش جنبی
- ۸۴ نهایی کردن فروش به روش ملوومت
- ۸۵ نهایی کردن به روش ضمایم منطقی
- ۸۶ نهایی کردن به روش ضرورت (ساختگی و راستین)
- ۸۷ نهایی کردن فروش به روش ارزش افزوده
- ۸۸ نهایی کردن فروش به روش ریسک‌زدایی
- ۸۹ نهایی کردن به روش تضمین استرداد پول
- ۹۰ نهایی کردن به روش طرح خرید اقساطی
- ۹۰ نهایی کردن به روش نمونه‌های رایگان
- ۹۱ نهایی کردن به روش گارانتی‌ها یا ضمانت‌نامه‌ها
- ۹۱ نهایی کردن به روش پرداخت به ازای نتیجه دریافتی
- ۹۲ نهایی کردن به روش پشتیبانی رایگان
- ۹۲ نهایی کردن به روش آزمون پیش از خرید
- ۹۳ نهایی کردن به روش سه برابر پول‌تان را پس بگیرید!
- ۹۴ نهایی کردن به روش کمیابی
- ۹۶ نهایی کردن به روش نمونه‌های مجانی
- ۹۶ نهایی کردن به روش بومرنگ
- ۹۷ نهایی کردن به روش ارجاع به اشخاص ثالث
- ۹۷ نهایی کردن به روش اگر/ آن وقت

۹۸	 نهایی کردن به روش سؤال در سؤال
۹۹	 نهایی کردن به روش زیر سبیلی رد کردن
۱۰۰	 نهایی کردن به روش رضایت‌نامه‌ها
۱۰۰	 نهایی کردن به روش اختطار
۱۰۱	 نهایی کردن به روش صید ماهی یا طعمه‌گذاری
۱۰۱	 نهایی کردن فروش به روش امتیاز دادن به مشتریان
۱۰۲	 نهایی کردن به روش «آیا زمان تحویل برای شما مهم است؟»
۱۰۲	 نهایی کردن فروش به روش فقط فرض کنید
	 نهایی کردن به روش «درک می‌کنم؛ بقیه هم همین را می‌گفتند اما دریافتند...»
۱۰۳	 دریافتند...
۱۰۴	 نهایی کردن به روش راهبرد یادآوری
۱۰۴	 نهایی کردن به روش خرد کردن مبلغ
۱۰۶	 نهایی کردن فروش به روش آیا راه‌حل دیگری سراغ دارید؟
۱۰۹	 منابع و مآخذ

مقدمه

نهایی کردن فروش مهم‌ترین و اصلی‌ترین بخش فرایند فروش است. شما اگر پایان‌دهنده خوبی نباشید کل فرایند فروش دچار مشکل می‌شود و در واقع درآمدی نخواهید داشت. یکی از اساسی‌ترین مشکلاتی که فروشندگان به خصوص فروشندگان ایرانی با آن دست به گریبان هستند، همین نهایی کردن یا به پایان بردن فروش است.

با توجه به خلأ منابع پژوهشی مربوط به این موضوع در بازار، در صدد برآدم تا سطوری را در این زمینه به نگارش در آورم، شاید تا حدی بتواند خلأ موجود را پر کند و مشتاقانه امیدوارم اصحاب قلم و اندیشه این راه را ادامه دهند تا شاهد بالندگی و پویایی این تخصص باشیم و قدمی در راه اعتلای تجارت کشور برداریم.

این جانب پیوسته و در زمان‌ها و مکان‌های مختلف شاهد فروش‌های متنوعی بوده‌ام که به شکست انجامیده و فروشندگان ما از اینکه کسی از آنها نمی‌خرد و یا بازار خوبی ندارند، گله‌مند بوده‌اند. ولی سؤال اینجاست که آیا فروشندگان ما به کار خود مسلط هستند؟ آیا نیازهای مشتریان خود را به خوبی شناسایی و کشف می‌کنند؟ آیا به خواسته مشتریان پاسخ کافی و وافی می‌دهند؟ آیا این فروشندگان حلال مشکلات مشتریان خود هستند و یا تنها به خاطر عدم تجربه در حرفه خود، از خیر مشتریان می‌گذرند؟ آیا فروشندگان و تجار ما مشاوران

خوبی برای مشتریان خود هستند؟ آیا به بهبود عملکرد و ارتقاء سطح کسب‌وکار مشتری علاقه‌مندند و راه‌حلی در این زمینه ارائه کرده‌اند؟ متأسفانه پاسخ بیشتر این پرسش‌ها منفی است.

این کتاب و سایر کتبی که سایر دوستان ترجمه و تألیف کرده‌اند در واقع هدیه‌ای است که بتواند هر چند مختصر این مشکلات را حل کند، بنابراین از شما دعوت می‌کنم کتاب را به دقت بخوانید و به تکنیک‌های آن عمل کنید و برای اینکه در کارتان مهارت کافی به دست بیاورید یک تکنیک را حداقل ۱۰۰ بار آزمایش کنید تا به بخشی از رفتار شما تبدیل شود، آن وقت ملاحظه می‌کنید که به پایان بردن فروش ساده‌تر از آن چیزی بوده که تصور می‌کرده‌اید.

در پایان سپاس عمیق و قلبی خود را از افرادی که در شکل‌گیری این کتاب نقش داشته‌اند ابراز می‌دارم: مشتریانم که مرا متوجه این خلأ کردند؛ سرکار خانم فاطمه محبی که زحمت بسیاری در این خصوص متقبل شدند و پیوسته کمک کردند؛ همین‌طور جناب آقای محمدرضا ناجیان مدیر محترم مؤسسه خدمات فرهنگی رسا و همکاران بزرگوار ایشان که امکان چاپ و توزیع این اثر را فراهم آوردند.

در پایان از همه فروشندگان، بازرگانان، مدیران و دانشجویان عزیزی که این اثر را مطالعه می‌کنند استدعا دارم آراء و پیشنهادهای خود را به‌وسیله پست الکترونیکی ارسال کنند تا در چاپ‌ها و آثار بعدی از تجارب این عزیزان بیشتر برخوردار شوم.

محمد شفیع‌خانی مرداد ۹۲

Email: todehbinlegend@gmail.com