

انتشارات نسل نو اندیش

یخ شکن‌ها

سرنخ‌های موفقیت



تام شرایتر (ال بزرگ)
سعید گل محمدی - هاله عطری

فهرست

- سرآغاز..... ۱۱
- نالہ و شکایت..... ۱۳
- چرا من رنج می‌کشم، درحالی‌که شما ثروتمند و خوشحال هستید..... ۱۷
- اگر بدانید چه بگویید، مخاطبین همه جا هستند..... ۲۱
- به هر جای دنیا سفر می‌کنم، این اتفاق رخ می‌دهد..... ۲۵
- فریب افسانه‌ها را نخورید..... ۲۷
- اولین کلمات عصبی‌کننده به خواهرتان..... ۳۳
- فرمول شماره ۱..... ۳۹
- کمی با این فرمول خوش بگذرانیم..... ۴۳
- آیا این روش در مورد مشتری‌های سرد هم جواب می‌دهد؟..... ۵۳
- در مهمانی..... ۵۹
- این را امتحان نکنید، فقط یک مثال است!..... ۶۱
- فرمول شماره ۲..... ۶۳
- فرمول شماره ۳ (بهترین مشتری‌ها)..... ۶۹
- فرمول شماره ۴ (ایجاد مشتری)..... ۸۱
- فرمول شماره ۵..... ۸۷
- توزیع‌کننده‌های خجالتی هم می‌توانند این کار را انجام دهند..... ۹۹
- فرمول شماره ۶..... ۱۰۳
- و سرانجام..... ۱۱۳
- درباره نویسنده..... ۱۱۷

نالہ و شکایت



- آیا برنامه دیگری برای درآمدزایی دارید؟
 - من تاجر محصولات فوق العاده هستم، در ضمن آموزش های فوق العاده هم دیده ام...
 - آیا تا به حال برای کسب درآمد راه های دیگری در نظر گرفته اید؟
 - به نظر می رسد همیشه بازنده بوده اید، آیا دوست دارید برای برنده شدن شانس داشته باشید؟
 - اقتصاد در توالی است، دوست دارید سر آن بنشینید؟
 - می خواهید برای بقیه عمرتان، همچنان درآمد بخورونمیری داشته باشید؟
 - دوست دارید از چند جا درآمد کسب کنید؟
- بله! این هفت عبارت و عبارتهای مشابه می توانند بیخ گفت و گو را بشکنند؛ اما انتخاب هایی بسیار بد هستند و حتی اگر همان لحظه پاسخ منفی نگیریم، به طور حتم، در جلب توجه مشتری موفق نخواهیم بود.
- همه ما با دیگران صحبت می کنیم؛ اما مشکل اینجاست که حرف های اشتباه می زنیم.

از حرف زدن با مردم هراسی نداریم و خیلی راحت می‌پرسیم: «سلام، حالتان چطور است؟ هوا چطور است؟»

اما بین احوالپرسی با مردم و ترغیب آن‌ها به توزیع کالای شما تمایز بسیاری وجود دارد و این تمایز ما را می‌ترساند. سختی کار آنجاست که یک گفت‌وگوی معمولی را باید به سمتی سوق دهید که بتوانید بدون اینکه تحمیل‌کننده به نظر برسید، فرد مقابل را ترغیب به همکاری کنید. باید یخ گفت‌وگو را بشکنیم و به شکل قابل‌قبول کسب‌وکار خود را معرفی کنیم. اگر ندانیم چگونه این کار را انجام دهیم، کسب‌وکار را به شکل معمایی بزرگ نگه می‌داریم و در نتیجه هیچ‌کس از آن خبردار نمی‌شود و در نهایت هم هیچ‌کس به کسب‌وکار ما نخواهد پیوست.

در ضمن نمی‌خواهیم به روابط خود با دیگران لطمه وارد کنیم و قصد سوءاستفاده از بستگان خود را نیز نداریم، اما اگر یاد بگیریم چگونه صحبت کنیم و چه بگوییم، خیلی زود مخاطب‌های خود را از دست می‌دهیم.

حال یک راز جالب!

تنها تفاوت بین تاجران‌ی که مشتری‌های بی‌شماری دارند و آن‌هایی که از نبود مشتری می‌نالند، نحوه صحبت کردن آن‌هاست. دانستن واژه‌های صحیح برای معرفی کسب‌وکار به دیگران، یک مهارت است. البته خود این تاجران موفق رمز موفقیت خود را هدف مشخص، چشم‌انداز درست و... معرفی می‌کنند.

آیا ما نگرشی درست نداریم؟ اما واقعیت این است که همین حالا هم نگرشی خوب داریم: به جلسه‌ای برای جذب مشتری می‌رویم، شرکت خود را باور داریم، اهداف را هم می‌شناسیم و با انگیزه و مثبت‌اندیش هستیم.

همه این ویژگی‌ها را داریم؛ اما مهارت صحیح صحبت کردن و صحیح انجام دادن را نداریم؛ و خبر خوب اینکه می‌توانیم این مهارت را بیاموزیم. بسیاری از توزیع‌کننده‌ها، کسب‌وکار، برنامه، قیمت‌گذاری و حیطة فعالیت مشابهی دارند، در واقع شرایط کاری برای همه یکسان است به جز یک چیز:

کلماتی که بر زبان می‌آورند و کارهایی که انجام می‌دهند؛

و همین مورد وسعت کسب‌وکار آن‌ها را مشخص می‌کند.

پس حالا وقت آن است که یاد بگیریم چگونه بهتر صحبت کنیم.