

فهرست مطالب

- پیشگفتار مؤسسه ۱۱
- مقدمه: همه می‌توانند فروشنده شوند ۱۵
- بخش ۱. آنچه از این کتاب می‌آموزید ۱۹
- بخش ۲. رسالت شما: آنچه باید بپذیرید ۲۷
- بخش ۳. جعبه‌ابزار فروش شما ۴۳
- بخش ۴. پیگیری منابع راهنما ۶۱
- بخش ۵. برنامه‌ریزی قبل از تماس ۸۱
- بخش ۶. مشخص کردن دستور کار مشتری ۹۵
- بخش ۷. تنظیم دستور کار برای مشتری ۱۱۵
- بخش ۸. نگهداری سوابق ضروری ۱۲۳
- بخش ۹. قرار ملاقات گذاشتن ۱۳۷
- بخش ۱۰. سه مرحله‌ی آمادگی برای ملاقات فروش ۱۵۱
- بخش ۱۱. تشریح ملاقات به‌منظور فروش - قسمت اول: ۱۵۹
- بخش ۱۲. تشریح ملاقات به‌منظور فروش - قسمت دوم: ۱۸۹
- بخش ۱۳. درک شخصیت خریدار ۲۲۳
- بخش ۱۴. دوازده دیدگاه برگزیده‌ی فروش ۲۳۵
- بخش ۱۵. فروش به چند خریدار ۲۵۹
- بخش ۱۶. مدیر فروش خود باشید ۲۶۹
- بخش ۱۷. در فروش حرفه‌ای شوید ۲۹۳
- بخش ۱۸. فروش از طریق رسانه‌های الکترونیکی ۳۰۹
- بخش ۱۹. هدف خود را مشخص کنید و در همان جهت ادامه دهید ۳۲۹

بخش آخر ۳۴۳

پیوست الف ۳۴۹

اجزای جعبه‌ابزار بازاریابی کارآمد ۳۴۹

پیوست ب. نامه‌های اداری ۳۵۱

پیوست پ. نکات خبرنامه ۳۶۵

پیوست ت. نوشتاری از یک تماس تلفنی نمونه ۳۶۹

پیوست ث. نمونه برگه‌های برنامه‌ریزی قبل از تماس ۳۷۳

پیوست ج. راهنمای خریدار برای ابزارهای مدیریت زمان، کمک سازمانی و برنامه‌ها ۳۷۹

پیوست چ. پرسشنامه‌ی پیشنهادی ۳۸۱

پیشگفتار مؤسسه

تجارت جهانی کالا و خدمات از دو جنبه‌ی مهم اهمیت دارد. اول، اقتصادها از طریق تجارت نیازهای یکدیگر را با حداقل هزینه برای طرفین تأمین می‌کنند. از این منظر با توجه به «مزیت‌های نسبی» مختلفی که در کشورها وجود دارد، تقسیم کار بین‌المللی بهترین راه برای دسترسی به رفاه و رشد اقتصادی بیشتر است. این همان نکته یا نظریه‌ای است که دیوید ریکاردو در ابتدای قرن نوزدهم مطرح و آن را به نام خود در متون اقتصادی و بازرگانی ثبت کرد. دوم و مهم‌تر آن که، اقتصادها از طریق تجارت کالا و خدمات، با فناوری‌های نوین آشنا می‌شوند. از این منظر تجارت جهانی شاهراه‌یادگیری است. در واقع، اقتصادها با روی آوردن به تجارت، سیاست بازاری را دنبال می‌کنند که اجازه‌ی تبادل اطلاعات و انتقال و جذب دانش علمی و فنی موجود در پیشروترین مرزهای جهان را به آن‌ها می‌دهد. این مسأله، به‌ویژه در این دوره‌ی متأخر اقتصاد جهانی برجسته‌تر است؛ چرا که از یک سو فناوری تولید بسیار پیشرفته‌تر شده است و ارتباطات تجاری سازمان‌یافته‌ی آشنایی با فناوری به کار رفته در تولید کالاها و خدمات و اشاعه‌ی آن را فراهم می‌کند؛ از سوی