

قدرت بیان

رمز و راز

موفقیت

در کسب و کار

پاتریک الیس

محمد رضا آل یاسین

فهرست

صفحه

عنوان

۷	مقدمه
	فصل اول
	شما برنده خلق شده‌اید،
۱۳	اما پیش از هر چیز باید حقایق زندگی را بپذیرید.
۱۵	حقایق زندگی
	اگر ندانی به کجا می‌روی،
۲۰	هر اتوبوسی تو را خواهد برد
	در گذشته چه بودید؟
	هم اکنون چه هستید؟
۲۰	در آینده چه خواهید بود؟
	چه وقت باید حرکت کنید
۲۶	و کی می‌خواهید به مقصد برسید؟
۲۸	ضرورت تغییر.
۳۰	چه وقت و چگونه به مقصد برسیم؟
۳۴	وقت در انتظار کسی نمی‌ماند

فصل دوم

- ۴۱ فروشندهٔ پرجوش و خروش و خلاق
۴۵ فشار روانی
۴۶ عزیزگرامی
۴۹ خدمتی عالی برای پاداشی عالی
۵۳ اخلاق فروشنده‌گی

فصل سوم

- ۵۷ خرید و فروش مکانیکی خلاق
۵۹ اصل طلایی متقاعد کردن و برانگیختن دیگران
۶۳ ماهیگیری و فروشنده‌گی
۶۷ تکنیک قیف
۶۹ شیادان و سوءاستفاده‌گران
۷۳ ایمان و عقیده یک پیشه‌ور حرفه‌ای

فصل چهارم

- ۷۵ افزایش کارآیی
۷۷ فشار روانی خود را بیازمایید
۷۹ فرآیند فروش
۸۱ استفادهٔ بهینه از مغز
۸۴ حرفه‌ای یا غیرحرفه‌ای
۸۷ بالاترین نقطهٔ موفقیت در بازار کار
۹۰ ۲۶ صفت ویژهٔ فروشندگان حرفه‌ای

فصل پنجم

- ۹۳ تشریفات فروش
۹۴ معادلهٔ فروش

- چرا مردم خرید می‌کنند؟ ۹۵
- ۳۰ دلیل خرید یک کالا: انگیزه‌های خرید ۹۶
- علایم فروشنده موفق: سیستم نه گام (P) ۹۷
- انواع خریدار ۹۸
- شیوه برخورد با ۶۰ نوع مشتری ۹۹
- چگونه شخصیت خود را عرضه کنیم ۱۲۲
- چگونه فکر خریدار را بخوانیم ۱۲۵
- اصول سه بعدی ۱۲۶
- گفت و گوی فروش ۱۳۰
- اصول اساسی خرید و فروش حرفه‌ای ۱۳۳

فصل ششم

- هدف‌گذاری و مدیریت زمان ۱۳۵
- اهداف خود را مجسم کنید ۱۳۸
- رهنمودهایی برای کنترل و برنامه‌ریزی وقت ۱۴۳
- روانشناسی فروش ۱۴۴
- پرس و جو ۱۴۹
- گوش کردن ۱۵۲
- تاکتیکهای مذاکره ۱۵۵

فصل هفتم

- چگونه بر ایرادهای خریدار غلبه کنیم ۱۵۹
- چه وقت و چگونه فروش را به پایان برسانید ۱۶۳
- ۱۰۶ دلیل متداول از دست دادن مشتری ۱۶۴

مقدمه

همه ما، در هر روز و در هر کجا سرگرم خرید و فروش کالاها، خدمات و یا عقاید خود هستیم و به نسبت مهارتی که در داد و ستد داریم، شهرت، قدرت و موفقیت برای خویش می طلبیم. به عکس اگر در عرضه متاع خود ناتوان باشیم، ناگزیریم که در سراسر زندگی با یأس و حرمان به نان بخور و نمیری قناعت کنیم. به هر حال خرید و فروش دو اهرم اساسی در زندگی هر کس به شمار می رود که گاه پیچیده و گاه آسان است. یک طفل شیرخوار برای جلب توجه مادر، گریه خویش را عرضه می کند. یک بچه مدرسه ای که در تکالیفش قصور ورزیده، برای گریز از مؤاخذه استاد، تلاش خود را می فروشد، یک داوطلب استخدام و یا ارتقاء شغل، تقاضای خود را در معرض فروش می گذارد. یک سیاستمدار با تبلیغ در حوزه انتخابیه اش متاع خود را عرضه می کند؛ یک نوازنده و یا یک ارکستر، هنر خود را می فروشد؛ یک حقوقدان، دفاعیه خود را در دادگاه به فروش می رساند. یک بیمار پس از عمل جراحی، درد و ناله خود را عرضه می کند. یک گروه متخصص که می کوشد با مذاکره پیرامون قرارداد بزرگ، تاسیساتی را پایه گذاری کند خدمات خود را به معرض فروش می گذارد. و این رشته سر دراز دارد. کوتاه سخن آنکه پیام شفاهی،