

۱۳ راه برای ایجاد ذهن باز
از راه گفت‌وگو با ضمیر ناخود آگاه

چگونه فوراً به اعتماد، باور، نفوذ و رابطه‌ی دوستانه برسید

تام «بیگ‌ال» شرایتر
ترجمه‌ی امیر انصاری



فهرست مطالب

- پیشگفتار مترجم ۹
- درباره‌ی نویسنده ۱۱
- پیشگفتار نویسنده ۱۳
- فصل اول: ایجاد رابطه‌ی دوستانه ۱۵
- فصل دوم: اگر رابطه‌ی دوستانه ایجاد نکنید، آنگاه این اتفاق خواهد افتاد ۱۹
- فصل سوم: «صداقت، درستی، صمیمیت و ارادت قلبی مشتریان بالقوه» فایده‌ای ندارد ۲۳
- فصل چهارم: چگونه فوراً با مشتریان بالقوه‌ی خود رابطه‌ی دوستانه و ارتباط برقرار کنیم؟ ۲۵
- فصل پنجم: بنابراین، اینجا چه خبر است؟ ۳۱
- فصل ششم: تنظیم گام در استروئیدها ۳۷
- فصل هفتم: بیایید در ایجاد رابطه‌ی دوستانه از این هم بهتر شویم ۴۱
- فصل هشتم: وای نه! آن قدر خوب است که ممکن است غیر قانونی باشد! ۴۵
- فصل نهم: استفاده از کلمات و جملات جادویی برای برقراری رابطه‌ی دوستانه ۴۷
- فصل دهم: بقا خوب است ۴۹
- فصل یازدهم: همه می‌دانند و همه می‌گویند ۵۵
- فصل دوازدهم: «خب، می‌دانی چرا...» ۶۱
- فصل سیزدهم: «ز قدیم می‌گویند...» ۶۷
- فصل چهاردهم: بیایید جادو را شروع کنیم! ۷۱
- فصل پانزدهم: با این جمله، «زنگ هشدار نزدیک شدن فروشنده» را خاموش کنید ۷۵
- فصل شانزدهم: تمجید صمیمانه‌ای انجام دهید ۷۷
- فصل هفدهم: فوراً مشتری بالقوه را وادار کنید از خودش بگوید ۷۹
- فصل هجدهم: سؤال متداولی که ممکن است رابطه‌ی دوستانه را نابود کند ۸۱
- فصل نوزدهم: «سخت است کاری کنید که مردم باورتان کنند؟» ۸۳

پیشگفتار مترجم

چرا فروشندگان، موفق به فروش نمی‌شوند و مشتریان، از آن‌ها خرید نمی‌کنند؟ آیا مشتریان به صحبت‌های فروشندگان گوش فرا می‌دهند؟ یک فروشنده چگونه باید مشتریان را به خود جذب کند و در اولین برخورد آن‌ها را وادار به شنیدن صحبت‌های خود کند؟ چگونه می‌توانیم اعتماد مشتریان را جلب کنیم و آن‌ها را مشتاق شنیدن حرف‌هایمان کنیم؟

شما محصولات فوق‌العاده‌ای را به مشتریان پیشنهاد می‌دهید، و صادقانه دیدگاه و احساسات خود را با آن‌ها در میان می‌گذارید. با این حال، آن‌ها از شما خرید نمی‌کنند، باورتان ندارند و به احساسات و دیدگاه‌تان بی‌توجه هستند. در واقع، شما نیازی به گفتن حرف‌های خوب بیشتر ندارید، بلکه نیاز دارید تا همان حرف‌های خوبی را که می‌زنید، مورد پذیرش مشتریان قرار گیرد.

موضوع بر سر قیمت، نوع معرفی، یا شخصیت شما نیست. همه‌چیز به چند ثانیه‌ی جادویی ابتدای ملاقات شما با افراد بستگی دارد. اما مگر در آن چند ثانیه چه اتفاقی رخ می‌دهد؟

در چند ثانیه‌ی اول مشتری می‌تواند یکی از تصمیمات زیر را بگیرد:

۱. به شما اعتماد کند و شما را باور داشته باشد.
۲. به شما واکنش منفی نشان دهد. شما را با استفاده از صافی «باورنکردنی» رد کند. دچار تردید شود و به دنبال «جاذبه»های دیگر برآید.

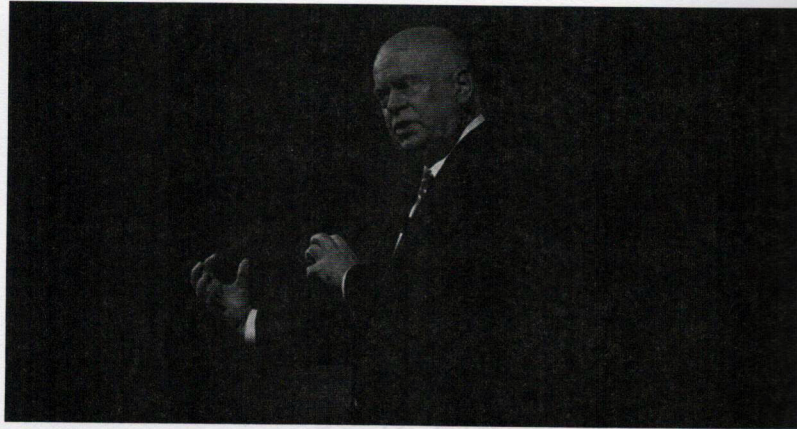
این تصمیم بسیار سریع گرفته می‌شود و متأسفانه همین تصمیم معمولاً تصمیم نهایی مشتری است. تام (بیگ آل) شرایتر به خوبی به وجود این مشکل پی برده است و در کتاب پیش رو سعی دارد نحوه‌ی اعتماد و باورسازی در مشتریان را در همان ثانیه‌های اول به ما نشان دهد. اما چگونه؟ از طریق گفت‌وگوی مستقیم با بخش تصمیم‌گیری مغز یا همان ضمیر ناخودآگاه. پیام شما باید به درون مغز مشتری راه یابد. تعهد شما رساندن پیام به درون مغز مشتری است. اگر موفق به جلب اعتماد مشتری نشوید و او پیام شما را باور نکند، در واقع شما آن پیام را از مشتری خود دریغ کرده‌اید.

این همان چیزی است که بیگ ال در کتاب «چگونه فوراً به اعتماد، باور، نفوذ و رابطه‌ی دوستانه برسید! ۱۳ راه برای ایجاد ذهن باز از راه گفت‌وگو با ضمیر ناخودآگاه» به آن خواهد پرداخت. البته نگران نباشید. کار چندان پیچیده و دشواری در پیش ندارید. در این کتاب چند عبارت کوتاه، متشکل از چهار یا پنج کلمه‌ی ساده و چند تکنیک ساده و طبیعی را که ظرف چند ثانیه می‌توانید بر آن مسلط شوید، یاد خواهید گرفت. بیگ ال با زبان ساده و قابل فهم، این موضوع را برای شما روشن می‌کند و به شما یاد می‌دهد که چگونه با مشتریان رابطه‌ی دوستانه برقرار کنید. او معتقد است هر چقدر هم که محصول تان عالی باشد و هر چقدر هم که روراست باشید، اگر نتوانید این رابطه‌ی دوستانه را ایجاد کنید، مشتریان بالقوه چیزهای خوبی را که می‌گویید نمی‌شنوند، باور نمی‌کنند، و در نهایت چیزی هم از شما نخواهند خرید.

برای ایجاد حس تفاهم فوری با مشتریان، از روش‌های ساده و آزمایش‌شده‌ی بیگ ال استفاده کنید تا به اهداف خود دست یابید. اگر شما یک رهبر، فروشنده، بازاریاب شبکه‌ای، یک معلم یا کسی هستید که نیاز به برقراری ارتباط سریع و مؤثر با افراد دارد، این کتاب مختص شماست.

امیر انصاری

فروردین ۱۳۹۶



درباره‌ی تام «بیگ ال» شرایتر

تام «بیگ ال» شرایتر بیش از ۴۰ سال در زمینه‌ی بازاریابی شبکه‌ای و بازاریابی چندسطحی (MLM) تجربه دارد. او، که نویسنده‌ی کتاب‌های آموزشی اصلی «بیگ ال» در اواخر دهه‌ی ۷۰ میلادی است، به سخنرانی در بیش از ۸۰ کشور ادامه داده است و موضوع این سخنرانی‌ها استفاده از کلمات و عبارات درستی بوده است که به باز شدن ذهن نیروهای بالقوه و «بله» گفتن‌شان منجر می‌شود.

او به ایده‌های بازاریابی، کمپین‌های بازاریابی، و سخن گفتن با ضمیر نیمه‌خودآگاه به روشی ساده و عملی بسیار علاقه‌مند است. او همیشه به دنبال مطالعات موردی درباره‌ی کمپین‌های بازاریابی شگفت‌انگیزی است که درس‌های سودمندی به دست می‌دهند. تام، که خالق آموزش‌های صوتی بی‌شماری است، یکی از سخنرانان محبوب اجلاس‌های شرکت‌ها و رویدادهای منطقه‌ای است.

برای اطلاع از آخرین اخبار بازاریابی شبکه‌ای و ایده‌های برپاسازی کسب‌وکار بازاریابی چندسطحی، از وبلاگ تام دیدن کنید:

<http://www.BigAIBlog.com>

ثبت نام در نکات هفتگی رایگان تام برای همه امکان‌پذیر است:

<http://www.BigAIReport.com>