

راهکارهای تبلیغات و بازاریابی (۷۸)

پیروزی در فروش‌های پیچیده

مجموعه‌ای از تکنیک‌های اثربخش
در مذاکرات تجاری

نویسندگان:

اریک پترسون و تیم ریستِر

مترجم:

منیژه شیخ‌جوادی (بهزاد)

سپهر
انتشارات

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

۶۹

۶۷

پیشگفتار:

پیام‌رسانی است و فقط با پیش شماس است

۷۸

۶۶

۷۰۴

۱۶۱

۶۶۱

۶۶۱

پیشگفتار: پیام‌رسانی، سوخت فروش شماس است ۳

۶۷۱

۵۶۱

بخش ۱
قدرت تغییر

فصل ۱- نیت‌ها و غریزه‌ها: چرا به این کتاب احتیاج دارید ۱۱

فصل ۲- غلبه بر وضعیت موجود: بزرگ‌ترین رقیب شما ۱۷

فصل ۳- اگر می‌خواهید به شما توجه کنند: خبر کوچک بدی را اعلام کنید ۲۷

بخش ۲

قدرت داستان

فصل ۴- همه با داستان‌ها زندگی می‌کنند: حتی مشتریان شما ۴۱

فصل ۵- یافتن داستان‌تان: تکنیکی ارزشمند ۴۷

فصل ۶- خلق داستان‌تان: نقاط قوت ۵۷

فصل ۷- جمله‌سازی با استفاده از ضمیر شما: آنچه می‌تواند احساس

مالکیت را در مخاطب خلق کند
فصل ۸- الگوی قهرمان: درست بازی کنید

بخش ۳
پیام قدرتمند شما

- فصل ۹- گهواره: جلب توجه آن‌ها ۸۷
فصل ۱۰- رباینده‌ها: آن جا که بر ذهن مخاطب نفوذ می‌کنید ۹۹
فصل ۱۱- داستان‌های متضاد: به آن‌ها کمک کنید ارزش را ببینند ۱۰۷
فصل ۱۲- پشتیبان‌های سه‌بعدی: آیا جدی هستید؟ ۱۲۱
فصل ۱۳- تصاویر بزرگ: غیرواقعی را واقعی، و پیچیده را ساده می‌کنند ۱۲۹
فصل ۱۴- داستان‌های شخصی، استعاره‌ها و مثال‌ها: کلید جلب علاقه ۱۴۹
فصل ۱۵- مغز کهنه در مقابل مغز جدید: پیام‌رسانی به منظور تصمیم‌گیری ۱۶۱
فصل ۱۶- اثبات: این فقط ارقام نیست ۱۷۹
فصل ۱۷- کلمات، صدا و بدن: چگونگی فرستادن پیام ۱۹۵

پیشگفتار:
پیام‌رسانی، سوخت فروش شماست

مهم نیست که در کجا ظاهر می‌شوید
و با چه کسی لازم است صحبت کنید؛
مهم این است که وقتی به آن جارسیدید، چه بگویید.

در سال ۱۹۸۶، الن پراست، قهرمان اتومبیلرانی فرانسه در مسابقه‌ی
اتومبیلرانی «گراند پری» آلمان شرکت کرد؛ بدون آن که باک اتومبیلش را با
بنزین پر کند.

بسیار خُب، این گفته کاملاً درست نیست. در واقع در مرحله‌ی نهایی
مسابقه بنزین اتومبیل پراست تمام شد. پراست که در تمام روز از رقیبانش
جلوتر بود، حاضر به شکست نبود. پس به جای عقب‌نشینی، از اتومبیلش پیاده
شد و سعی کرد آن را تا خط نهایی مسابقه هل دهد، در حالی که جمعیت
برایش ابراز احساسات می‌کردند.

در هر صورت، خط پایان مسابقه بسیار دور بود و پراست نمی‌توانست خود
را به آن جا برساند. پراست ایستاد و با ترس تماشاگر اتومبیل‌های دیگری شد
که از کنارش می‌گذشتند. فروشندگان و مدیران فروش به ما می‌گویند که
چنین چیزی برای آن‌ها نیز اتفاق می‌افتد. آن‌ها در جهت کل جریان فروش
سرمایه‌گذاری می‌کنند، اما هرگز به خط پایانی مسابقه نمی‌رسند.