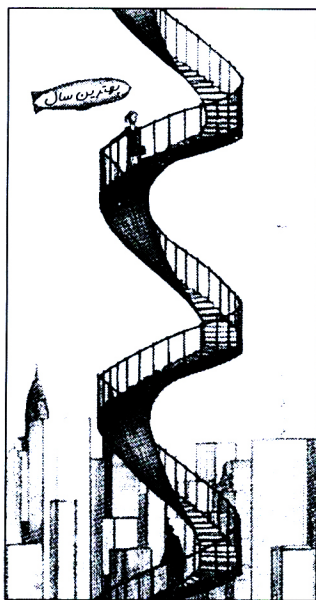


# کتاب قلمز رموز فروش موفق

جفری گیتومر / فرخ بافنده

SELLING  
MATHS



### اصل یک

نگاهت را تغییر بده و از جان مایه بگذار .... ۳۸

زندگی‌ات را در دست بگیر و از جان مایه بگذار! ..... ۴۰  
کمک! کسب‌وکارم کساد است و هیچ فروشی نمی‌کنم! ..... ۴۴

### اصل دو

خودت را برای برنده شدن آماده کن،

وگرنه به کسی که آماده است می‌بازی .... ۵۴

آماده باش! ..... ۵۵

### اصل سه

خودت مارک تجاری‌ات باش: مهم کسانی که می‌شناسی نیستند؛

مهم کسانی هستند که تو را می‌شناسند .... ۶۲

« خودت » مارک تجاری‌ات باش ... ..... ۶۳

### اصل چهار

مسئله فقط ارزش دادن به مشتری و سود رساندن به اوست.

مسئله فقط برقراری رابطه با مشتری است.

مسئله فقط قیمت نیست. .... ۷۲

۵. ۶ اصل سود رساندن و ارزش مند بودن ..... ۷۴

سخنرانی مجانی. میراثی که برای خودت باقی می‌گذاری .... ۷۶

منفعف در برابر قیمت. راه واقعی شکست دادن « قیمت » ..... ۸۱

## کتابتزمز

### اصل پنج

قضیه کار کردن نیست. قضیه حضور در مراسمها

و جمعها و برقراری ارتباط با آدمهاست .... ۹۲

۵. ۱۸ مکان عالی برای حضور به هم رساندن و ... ۹۳

### اصل شش

اگر نتوانی روبهروی تصمیمگیرندهی

اصلی بایستی، میبازی .... ۱۰۶

دلایلی که نمی توانی قرار ملاقات بگذاری ..... ۱۰۷

تصمیمگیرندهی واقعی را پیدا کن ..... ۱۱۳

### اصل هفت

توجهم را جلب کن و مرا درگیر فرایند فروش کن.

آن گاه می توانی مرا واداری خودم را متقاعد کنم. .... ۱۲۰

سؤالهای اشتباه بپرس. جوابهای اشتباه بگیر ..... ۱۲۱

سؤالهای هوشمندانه بپرس. آن گاه آن ها فکر ... ۱۲۷

### اصل هشت

اگر بتوانی آن ها را بخندانی، می توانی

آن ها را به خریدن واداری! .... ۱۳۴

آوردن خنده بر لب مشتری، معاملهای را صورت ... ۱۳۵

نیاز داری که شوخطبعیات را بهتر کنی؟ ... ۱۴۰

SELLING

## کتابتزمز

### اصل نه

از خلاقیت برای متمایز شدن از دیگران و

تسلط بر بازار استفاده کن .... ۱۴۶

خلاقیت از کجا می آید؟ از تو، چونما! ..... ۱۴۷

سه حوزه برای متمایز کردن خودت از رقیبایت ..... ۱۵۴

پیغام روی پیامگیرت را همین حالا درست کن! ..... ۱۵۵

### اصل ده

ریسک آن ها را کم کن. آن گاه فرایند فروختن را

تبدیل به خریدن می کنی .... ۱۶۲

روشی بی چون و چرا برای فروختن: ... ۱۶۳

ریسک را با یک ابزار تمام کنندهی قدرت مند جایگزین کن: ... ۱۶۷

### اصل یازده

وقتی تو دربارهی خودت می گویی، لاف زدن است.

وقتی کس دیگری دربارهت می گوید، مدرک اثبات است .... ۱۷۴

کی به خاطر تو شهادت می دهد؟ مشتری هایت! ..... ۱۷۵

در جلسهی بعدی فروشت، بهترین مشتری ات را با خودت ببر ... ۱۸۰

### اصل دوازده

شاخکها تیز! .... ۱۸۶

استفاده از حس ششمات -- حس فروش ..... ۱۸۷

### اصل دوازده و نیم

از مقام خودت به عنوان مدیر کلی دنیا استعفا بده .... ۱۹۴

SELLING

## « چرا مشتری محصولی را می‌خرد؟ »

### سؤالی که هر فروشنده‌ای نیاز به پاسخ آن دارد

این سؤال که « چرا مشتری محصولی را می‌خرد؟ » هزار برابر مهم‌تر از این سؤال است که « چطور بفروشیم؟ » نه، بگذار حرفم را تصحیح کنم ... یک میلیون برابر مهم‌تر از این است که « چطور بفروشیم؟ » نه، بگذار این حرفم را هم تصحیح کنم ... یک میلیارد بار مهم‌تر از این است که « چطور بفروشیم؟ ».

به‌تازگی سه روز را در استودیوی مان مشغول مصاحبه با مشتری‌های مشتری‌هایم بودم و از آن‌ها سؤال می‌کردم: « چرا محصولی را می‌خرند؟ » جواب‌هایشان آمیزه‌ای از منطق، اطلاعات حیرت‌انگیز، مسائل نادیده گرفته‌شده و فرصتی باورنکردنی بود.

همیشه از این مسئله در حیرتم که شرکت‌ها هزاران ساعت و میلیون‌ها دلار را صرف تعلیم این مسئله به فروشنده‌گانشان می‌کنند که « چطور بفروشند؟ » ولی هیچ‌وقت یک دقیقه یا ده دلار را صرف یافتن پاسخ این سؤال نمی‌کنند که « چرا مشتری‌ها محصولی را می‌خرند؟ ». در صورتی که « چرا آن‌ها محصولی را می‌خرند؟ » واقعاً مهم است.

شاید فکر کنی که می‌دانی چرا آن‌ها خرید می‌کنند، ولی به احتمال زیاد چنین نیست. از کجا چنین حرفی می‌زنم؟ بگذار از علائم هشداردهنده‌ای برایت بگویم، که نشان می‌دهد احتمالاً هیچ اطلاعی از اینکه چرا آن‌ها خرید می‌کنند نداری.

۱. در مورد قیمت‌های اعتراض می‌شنوی.

۲. مجبوری طرح یا قیمت پیشنهادی بفرستی.

۳. آنها ادعا می‌کنند که از تهیه‌کنندگان فعلی‌شان راضی هستند.

۴. هیچ‌کس جواب تلفن‌هایت را نمی‌دهد.

۵. از این شکایت داری که وضع اقتصادی خراب است.

اگر این‌ها به گوشت‌آشناست، احتمالاً تو هم عضوی از خیل فروشنده‌گانی هستی که خبر ندارند چرا مشتری‌ها چیزی را می‌خرند.

می‌خواهم مجموعه‌ای از دلایلی را که مشتری‌ها به خاطرش چیزی را می‌خرند، بیان کنم. ترتیب خاصی ندارند، ولی دلایل معتبر و درستی هستند که آن‌ها را مستقیماً از دهان مشتری‌ها، در انواع و اقسام حرفه‌ها، شنیده‌ام.

#### ۱. من فروشنده‌ام را دوست دارم.

**خوب دقت کن:** دوست داشتن قدرت‌مندترین عنصر در یک رابطه‌ی فروش است. چند روز پیش نقل قولی از کسی شنیدم که ادعا می‌کرد متخصص فروش است. با این جمله شروع می‌شد: « لازم نیست مشتری تو را دوست بدارد. ولی باید به تو اعتماد داشته باشد ». چه احمقی! می‌توانی مدیر اجرایی شرکتی را مجسم کنی که هنگام تصمیم‌گیری در مورد خرید با خود بگوید: « من به این یارو اعتماد دارم، ولی مطمئناً ازش خوشم نمی‌آد ». دوست داشتن منجر به رابطه می‌شود. اعتماد منجر به خرید می‌شود. خریدن منجر به رابطه می‌شود. این چرخه‌ی زندگی نیست. این چرخه‌ی زندگی فروش‌هاست.

۲. می‌دانم که چه دارم می‌خرم.

۳. تفاوتی بین این فرد و شرکتی که در حال حاضر از آن می‌خرم با دیگر شرکت‌ها می‌بینم.

۴. ارزش و منفعتی در محصولی که دارم می‌خرم می‌بینم.

۵. حرف فروشنده‌ام را باور می‌کنم.