

نویسنده کتاب گرگ وال استریت؛ جزو پرفروشترین‌های نیویورک تایمز که به بیش از ۲۵ زبان ترجمه و در ۶۰ کشور دنیا عرضه شده است.

## جردن بلفورت

# شیوه گرگ

سیستم فروش خط مستقیم

هنر متقاعد کردن و تأثیرگذاری،

و رازهای موفقیت بزرگ‌ترین فروشندگان جهان،

گرگ وال استریت

مترجم امیرپویا چراغی

ترجمه و انتشار با اجازه نویسنده

## فهرست

- پیشگفتار: تولد یک سیستم فروش ..... ۱۵
- فصل اول) کلید فروش و تأثیرگذاری ..... ۲۳
- فصل دوم) ابداع خط مستقیم ..... ۴۵
- فصل سوم) چهار ثانیه ابتدایی ..... ۷۵
- فصل چهارم) لحن صدا و زبان بدن ..... ۸۵
- فصل پنجم) کنترل و مدیریت حالت ..... ۹۹
- فصل ششم) فرمولی ثابت شده برای مدیریت حالت ..... ۱۱۳
- فصل هفتم) لحن صدای پیشرفته ..... ۱۲۹
- فصل هشتم) زبان بدن پیشرفته ..... ۱۴۷
- فصل نهم) هنر مشتری‌یابی ..... ۱۶۳
- فصل دهم) ده قانون مشتری‌یابی خط مستقیم ..... ۱۷۵
- فصل یازدهم) هنر و علم ایجاد ارائه‌های فروش سطح جهانی ..... ۱۹۵
- فصل دوازدهم) هنر و علم حلقه زدن ..... ۲۳۱
- سخنان پایانی ..... ۲۷۵
- پیوست ..... ۲۷۷
- درباره نویسنده ..... ۲۷۹

## فصل اول

# کلید فروش و تأثیر گذاری

«متوجه نشدید؟ همه معامله‌ها یکسان‌اند!»

اولین باری که این جمله را در اتاقی مملو از فروشندگان بیان کردم، عصر سه شنبه‌ای در سال ۱۹۸۸ بود و در پاسخ همه سردرگم به من زل زده بودند. جوری نگاه می‌کردند که انگار می‌گویند: «چه مزخرفاتی داری می‌گویی جردن؟ تمامی معامله‌ها یکسان نیستند! همه آن‌ها با یکدیگر متفاوت‌اند. مشتری‌هایمان هر کدام نیازها، باورها، ارزش‌ها، مخالفت‌ها و مشکلات متفاوتی دارند. پس چطور ممکن است همه معاملات یکسان باشند؟»

منظورشان را درک می‌کنم. کاملاً می‌دانم به چه فکر می‌کنند.

درحقیقت، متوجه هستم چرا میلیون‌ها میلیون نفر از سراسر جهان که در سمینارهای خط مستقیم من حضور پیدا کردند، وقتی به بالای سن رفتیم و گفتیم: «همه معامله‌ها یکسان‌اند»، از تعجب شاخ درآورده بودند!

بالآخره، این اندیشه‌ای دور از واقعیت به نظر می‌رسد، این‌طور نیست؟

حتی اگر نکات واضحی که بالا بیان کردم را کنار بگذارید، واقعاً چطور ممکن است همه معامله‌ها مثل هم باشند؟ تعداد بی‌شمار کالاها و خدماتی که در بازار جهانی عرضه می‌شوند را در نظر بگیرید؛ همگی با هم متفاوت‌اند. وضعیت مالی مشتری‌های خود را در نظر بگیرید؛ آن‌ها هم همگی با هم فرق می‌کنند. همچنین مجموعه‌ای از پیش‌شرط‌ها و عقیده‌های منحصر به فرد هر مشتری، نه فقط راجع به محصول بلکه در مورد اعتماد به

خود شما و دیگر فروشندگان و خود پروسه تصمیم‌گیری در خرید، پیش از ورود به معامله را در نظر بگیرید؛ مجدداً همگی با هم متفاوت‌اند.

در واقع، هنگامی که تمام تفاوت‌های مسلمی که می‌تواند هر لحظه در طول معامله آشکار شود را در نظر بگیرید، تعجبی ندارد که تنها درصد خیلی کمی از افراد، از دغدغه خرید و فروش واهمه‌ای ندارند؛ مابقی جهان، با وجود اینکه ضرورت خرید و فروش در رسیدن به موفقیت و ثروت را می‌دانند، با این حال از آن اجتناب می‌کنند.

حتی بدتر، از بین همان تعداد انگشت‌شمار که با فروش و معامله کردن احساس راحتی می‌کنند، تنها درصد کمی فروشنده‌ی موفق می‌شوند و بقیه جایی در سطح متوسط قرار می‌گیرند. گیرافتاده در باتلاق متوسط‌گرایی. آن‌ها فقط به اندازه‌ای کسب می‌کنند که به «فروش» ادامه دهند (بالأخره یک فروشنده معمولی هم، پول بیشتری از بستن معامله تا یک شغل نامربوط به فروش به دست می‌آورد). ولی آن‌ها هیچ‌وقت آزادی مالی فروشنده‌ای موفق را لمس نخواهند کرد و هیچ‌وقت به آن دست نمی‌یابند.

شکی نیست که این حقیقتی ناراحت‌کننده است، ولی در واقع همان نتیجه منفی تفکر فروشنده‌هایی است که اعتقاد ندارند همه معاملات یکسان‌اند؛ کشفی که باعث ایجاد جرقه‌ای در ذهن من شد و مرا مستقیماً به ابداع سیستم خط مستقیم هدایت کرد.

کشف من، نه به صورت آرام و پیوسته، بلکه کاملاً ناگهانی و در یک جلسه فوری آموزش فروش که در اتاق اصلی جلسات استراتون برگزار کرده بودم، رخ داد. در آن زمان، فقط دوازده کارگزار داشتم که برایم کار می‌کردند و در آن لحظه خاص دقیقاً ساعت ۱۹:۱۵ عصر آن سه‌شنبه طلایی آن‌ها مستقیماً روبه‌روی من نشسته بودند و همان چهره‌های سردرگم و شکاکی را به خود گرفته بودند که به خوبی می‌شناختم.

چهار هفته قبل از این ماجرا، به موقعیت نایابی در بازار سهام خرده‌فروشی دست یافته بودم: فروش سهام پنج دلاری به ۱ درصد از پولدارترین مردم آمریکا.

به هردلیلی، هیچ‌کس در وال‌استریت قبلاً آن را امتحان نکرده بود. هنگامی که ایده‌اش را شخصاً آزمودم، نتیجه تا حدی شگفت‌انگیز بود که تصمیم به بازآفرینی کامل شرکت گرفتم.

در آن زمان، استراتون در حال فروختن سهام پنی (کمتر از یک دلار) به پدران و مادران قشر متوسط بود و ما از روز افتتاح شرکت موفقیت بزرگی به دست آورده بودیم. درحقیقت، پس از پایان ماه سوم، کارگزاران یا به قول خودشان استراتونی‌ها به طور متوسط رقمی بیش از ۱۲۰۰۰ دلار در کمیسیون ماهانه به دست می‌آوردند؛ حتی یکی از استراتونی‌ها چیزی بیش از سه برابر آن رقم به دست می‌آورد.

آن کارگزار، کسی جز دنی پریش<sup>۱</sup>، همکار آینده من نبود؛ کسی که با نسخه دندان خرگوشی و کوچک شده از جوناخ هیل<sup>۲</sup> - بازیگری که آزادانه او را در فیلم «گرگ وال استریت» به تصویر کشید - در پرده سینما جاودانه شد.

به هر حال، دنی اولین کسی بود که به او طریقه فروش سهام پنی را یاد دادم و خوشبختانه، معلوم شد که فروشنده‌ای بالفطره است؛ درست مثل من. در آن زمان ما هر دو در یک شرکت کوچک سهام پنی به نام اینوستور سنتر<sup>۳</sup> کار می‌کردیم. دنی دستیارم بود. وقتی به قصد بازگشایی استراتون آنجا را ترک کردم، دنی را هم با خود بردم و او را دست راستم قرار دادم.

درواقع، این دنی بود که اولین قرارداد بزرگ خرید را با سرمایه‌گذار ثروتمندی نوشت. کمیسیون او فقط در این یک معامله، ۷۲۰۰۰ دلار بود. به قدری تصورناپذیر که اگر با چشمان خودم نمی‌دیدم، باور نمی‌کردم. برای اینکه دورنمایی از آن به شما ارائه بدهم درواقع، مقدار آن بیش از ۱۰۰ برابر بزرگ‌تر از متوسط کمیسیون در یک معامله سهام پنی بود. به عبارت دیگر یک تغییردهنده بازی به معنای واقعی.

1. Danny Porush  
2. Jonah Hill  
3. Investor Center