

۲۴۱۰۷۹۳

فروش موفق

مهارت‌ها، تکنیک‌ها و استراتژی‌های کاربردی

برای موفقیت در فروش

برایان تریسی

کریستینا تریسی استین

حمیدرضا زهره‌وند



انتشارات لیوسا

Tracy, Brian

تریسی، بریان

فروش موفق / بریان تریسی / حمیدرضا زهره‌وند
۱۰۴ ص

Sales success

فروشنده‌گی، موفقیت در کسب‌وکار

HF۵۴۳۸/۲۵

۶۵۸/۸۵

۹۳۱۴۵۳۴

سرشناسه

عنوان و نام پدیدآور

مشخصات ظاهری

عنوان اصلی

موضوع

رده‌بندی کنگره

رده‌بندی دیویی

شماره کتابشناسی ملی



انتشارات لیوسا

نوبت چاپ: اول ۱۴۰۲

تیراژ: ۲۰۰ نسخه

چاپ: میامی

صحافی: میامی

قیمت: ۸۰۰۰۰ تومان

نام کتاب: فروش موفق

نویسنده: بریان تریسی

مترجم: حمیدرضا زهره‌وند

ویراستار: مهتاب مردفرد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۳۴۰-۳۷۰-۳



۶۶۴۶۶۹۵۹ - ۶۶۹۶۳۰۳۵



۳۰۰۰۲۴۰۰۴۲



www.nashreliusa.com



instagram.com/dorsaliusa

۶۶۴۶۴۵۷۷

www.dorsabook.ir

liusa@nashreliusa.com

telegram.me/dorsaliusa



خیابان انقلاب، بین خیابان وصال و قدس (جنب سینما سپیده)، کوچه اسکو،
پلاک ۱۲، طبقه همکف.
(کدپستی: ۱۴۱۷۸-۱۳۸۷۳)

فهرست مطالب

۴	 مقدمه
۹	 در اصول پایه برجسته شوید
۱۵	 اشتیاق
۲۱	 مهارت‌های مدیریت فردی: بازی درونی
۲۵	 مهارت‌های مدیریت فردی: بازی بیرونی
۳۱	 گسترش دانش مرتبط با محصول
۳۴	 تحلیل رقبا
۳۸	 ایجاد مزیت رقابتی
۴۲	 تدوین استراتژی فروش مؤثر
۴۷	 جذب حریف‌ای مشتری
۵۲	 ارزیابی مشتریان احتمالی
۵۶	 نقش ارتباطات دوستانه
۶۱	 سه روش قانع کردن افراد
۶۵	 ارائه فروش مؤثر
۶۹	 قدرت تلقین را امتحان کنید
۷۳	 ایجاد اعتبار کلان
۷۷	 مدیریت مؤثر اعتراضات
۸۲	 از مشتری بخواهید اقدام کند
۸۷	 ارائه خدمات عالی به مشتریان
۹۲	 محافظت از مشتری
۹۷	 مدیریت مؤثر زمان
۱۰۱	 هیچ محدودیتی وجود ندارد!

مقدمه

فعالیت من در حوزه‌ی فروش از سن ده سالگی ام آغاز شد؛ زمانی که برای پرداخت هزینه‌ی اردوی تابستانی و کلاس‌های فوق برنامه، صابون روزامل^۱ می‌فروختم. پس از آن مطالعات زیادی انجام دادم، کتاب‌های بی‌شماری مطالعه کردم و تلاش نمودم مطالب بیشتری در زمینه‌ی فروش بیاموزم؛ زیرا همان‌طور که شما می‌خواهید، من هم می‌خواستم در این کار موفق باشم. در ابتدای تلاشم برای موفقیت در زمینه‌ی فروش از خودم پرسیدم: «چرا بعضی از فروشندگان از بقیه موفق‌ترند؟»

چرا برخی از فروشندگان سریع‌تر و ساده‌تر پول به دست می‌آورند و بیشتر می‌فروشند؟ چرا موفقیت بیشتری کسب می‌کنند؟ از منافع مادی بیشتری مانند خانه، ماشین و لباس‌های زیبا بهره‌مند می‌شوند و رضایت شغلی بیشتری دارند؛ اما اکثر فروشندگان موفق نیستند و عملکرد ضعیفی دارند؟

اصل اول

پس از آن با قانون معروف ۸۰/۲۰ که به اصل پارتو^۲ معروف است، آشنا شدم. طبق این قانون ۲۰٪ فروشندگان، ۸۰٪ فروش را انجام می‌دهند. بنابراین ۸۰٪ فروشندگان فقط ۲۰٪ فروش را انجام می‌دهند. وقتی این اصل را آموختم،

1. Rosamel

2. Pareto Principle

تصمیم گرفتم تمام توان خود را به کار گیرم تا جزء ۲۰٪ فروشندگان برتر باشم؛ و همین طور هم شد.

چند سال قبل یکی از شرکت‌های بزرگ بیمه که دارای هزاران نماینده بود، تصمیم گرفت صحت قانون ۸۰/۲۰ را در میزان درآمد و فروش خود ارزیابی کند. پس از بررسی و تحلیل داده‌های درآمد و فروش توسط رایانه، مشخص شد این قانون درست است؛ ۲۰٪ نمایندگان، ۸۰٪ درآمد و فروش شرکت را داشتند. سپس از مدیران شرکت در مورد نقش این قانون در درآمد سالانه‌ی نمایندگان سؤال شد.

آنها دریافتند که ۲۰٪ نمایندگان برتر به‌طور متوسط شانزده برابر ۸۰٪ نمایندگان دیگر بوده به‌دست می‌آورند؛ یعنی آن ۲۰٪ شانزده برابر بهتر، باهوش‌تر یا کامل‌تر از ۸۰٪ دیگر بودند؟ پاسخ واضح است: هیچ فردی شانزده برابر بهتر یا باهوش‌تر از دیگری نیست. فقط بعضی مواقع، برخی افراد در مواردی خاص از دیگران کمی بهتر هستند.

۲۰٪ برترِ ۲۰٪ برتر

آنها همچنین ۴٪ نمایندگان برتر (۲۰٪ برترِ ۲۰٪ برتر) را مورد ارزیابی قرار دادند و درآمد و فروش‌شان را با ۸۰٪ نمایندگان با درآمد و فروش پایین مقایسه کردند. نتیجه جالب بود؛ به‌طور متوسط این ۴٪ سی‌ودو برابر آن ۸۰٪ درآمد و فروش داشتند. در مرحله‌ی بعد ۸۰٪ نمایندگان برتر (۲۰٪ برترِ ۴٪ برتر) را ارزیابی کردند و پی بردند این گروه پیشرو به‌طور متوسط پنجاه برابر ۸۰٪ نمایندگان با درآمد و فروش پایین، درآمد و فروش داشتند.

در هر شهر یا دفتر بزرگ تنها یک نفر بود که فروشش بیشتر از پنجاه برابر فروشندگان تمام وقتی بود که محصولات یکسان را با همان قیمت به مشتریان مشابه در شرایط رقابتی برابر در همان اداره می‌فروختند. به‌ویژه وقتی همه‌ی

پورسانت سالانه‌ی یک فروشنده‌ای معمولی در یک حوزه‌ی کاری سی‌هزار تا چهل‌هزار دلار بود، پورسانت سالانه‌ی ۱۰٪ فروشنده‌ی برتر در همان حوزه‌ی کاری بیش از هشتصد هزار و گاهی میلیون‌ها دلار بود.

تصمیم بگیرید

به دلیل همین تفاوت فاحش در درآمد و فروش، هدف اصلی فروشنده در هر حوزه‌ی کاری باید پیوستن به ۲۰٪ فروشنده‌ی پیشرو در همان حوزه باشد. ۲۰٪ فروشنده‌ی پیشرو، خوب می‌فروشند، زندگی مرفهی دارند و شرایط بازار تأثیری بر عملکردشان ندارد. آنها هیچ‌وقت بیکار نمی‌مانند، همه به دنبال استخدامشان هستند و بیشترین لذت را از کارشان می‌برند.

چرا این تفاوت‌های بزرگ در عملکرد فروش وجود دارد؟ در این کتاب برخی از پاسخ‌هایی که تاکنون یافته شده است را با شما در میان خواهم گذاشت.

توسعه‌ی مرز موفقیت

یکی از یافته‌های بزرگ قرن بیستم در زمینه‌ی عملکرد انسان این بود که افراد موفق در هر حوزه (از جمله حوزه‌ی فروش)، در موارد اصلی و تأثیرگذار فقط اندکی بهتر از افراد دیگر در همان حوزه بودند.

این تفاوت کوچک در عملکرد «مرز موفقیت» نامیده می‌شود. دلیل عملکرد عالی و نتایج خارق‌العاده‌ی افراد موفق در هر حوزه آن است که موفقیت خود را در همان حوزه توسعه می‌دهند.

مثال مورد علاقه‌ی من مسابقات اسب‌دوانی است. در مسابقات اسب‌دوانی، اسبی که با اختلاف چند سانتی‌متر، اول می‌شود، ده برابر اسبی که دوم شده است جایزه می‌گیرد. آیا اسب اول ده برابر سریع‌تر از اسب دوم است؟ آیا اسب برنده، ده برابر سریع‌تر از اسب بازنده است؟ پاسخ منفی است. اسب برنده فقط

چند سانتی متر سریع تر است؛ شاید این اختلاف در بررسی تصاویر و فیلم پایان مسابقه به نه سانتی متر هم نرسد.

فروشنده‌ای که فروش را قطعی می‌کند، صد درصد کار را برای سازمانش انجام داده است و صد درصد پورسانت می‌گیرد. آیا فروشنده‌ای که فروش موفق داشته دو برابر بهتر از فروشنده‌ای است که هیچ فروشی نداشته است؟ اغلب، افراد دارای بالاترین و پایین‌ترین عملکرد از نظر توانایی و مهارت، اختلاف ناچیزی دارند. فروشنده‌ای که سالیانه دویست و پنجاه دلار درآمد دارد، ده برابر باهوش‌تر، بهتر یا سخت‌کوش‌تر از فروشنده‌ای نیست که همان محصول را می‌فروشد ولی سالیانه بیست و پنج هزار دلار درآمد دارد.

هوش عامل اصلی نیست

در تحقیقی که چند سال قبل در نیویورک انجام شد، محققان، هزار فرد بزرگسال را تصادفی انتخاب کردند و ضریب هوشی آنها را اندازه‌گیری کردند. نتایج نشان داد که ضریب هوشی باهوش‌ترین فرد ۲۵ برابر بیشتر از فردی با کمترین ضریب هوشی است. اما شخصی که بیشترین درآمد را داشت و لزوماً باهوش‌ترین نیز نبود درآمدش صد برابر بیش از فردی با پایین‌ترین درآمد بود. بنابراین هوش و استعداد به‌تنهایی دلیل موفقیت نیست. همه‌ی افراد توانایی ذاتی برای فروش دارند و تنها نحوه‌ی استفاده از این توان و استعداد تعیین‌کننده‌ی موفقیت است.

مهارت جادویی

به‌منظور شناخت بهتر نحوه‌ی تفکر و رفتار فروشندگان برتر تحلیل‌های گسترده‌ای انجام شد. نتایج نشان داد که این افراد توانایی زیادی در برقراری ارتباط دوستانه با مشتریان مختلف دارند. آنها به‌راحتی یک ارتباط صمیمانه

برقرار می‌کنند و در تمام مراحل فروش اعتماد افراد را به خود جلب می‌کنند. درواقع ۸۰٪ موفقیت در فروش بستگی به ویژگی‌های شخصیتی فروشنده دارد. خودباوری و عزت‌نفس فروشنده از مهم‌ترین ویژگی‌هایی است که در ارتباط مؤثر فروشنده با دیگران نقش دارد. به عبارت دیگر بین موفقیت و عزت‌نفس ارتباط مستقیمی وجود دارد. فروشندگانی که خود را دوست دارند و به خودشان احترام می‌گذارند، مشتریان را نیز دوست دارند و به آنها احترام می‌گذارند. به همین ترتیب مشتریان نیز آنها را دوست دارند، به آنها احترام می‌گذارند و پیشنهادات و توصیه‌های آنها در مورد خدمات و محصولات را می‌پذیرند.

احساس برد

روانشناسان برای توضیح ارتباط بین عزت‌نفس و عملکرد فردی از واژه‌ی «عزت‌نفس عملکرد محور» استفاده می‌کنند. یعنی هر چه خود را بیشتر دوست داشته باشید، کارتان را بهتر انجام می‌دهید و هر چه کارتان را بهتر انجام دهید، خودتان را بیشتر دوست دارید. به عبارت دیگر اگر بهتر و بهتر شوید، موفق‌تر می‌شوید و احساس برنده بودن خواهید داشت. بنابراین هر چه از این احساس برد لذت بیشتری ببرید، سخت‌تر کار می‌کنید، با افراد بیشتری ارتباط برقرار می‌کنید و در نهایت در فروش نتایج بهتری کسب می‌کنید.

در ادامه مجموعه‌ای از روش‌ها، تکنیک‌ها و استراتژی‌های تخصصی را به شما آموزش می‌دهم که با استفاده از آنها می‌توانید عملکردتان را به بهترین نحو بهبود ببخشید. بهبود عملکردتان باعث می‌شود خودتان را بیشتر دوست داشته باشید، به خودتان بیشتر احترام بگذارید و در نهایت منجر به موفقیت بیشتر شما خواهد شد. اگر می‌خواهید در یک مسیر صعودی موفقیت و افزایش توانمندی فردی گام بردارید و در کار خود به اوج برسید، بیاید شروع کنیم.