

۲۳۱۹
۱۵۶

کتابخانه

یخ شکن ها

نویسنده:

تام شرایتر (آل بزرگ)

مترجم:

زهراسلیمان

ویراستار:

امیر هوشنگ اسکندری



انتشارات آردیبهشت

سرشناسه	:	شرایتر، تام Big Al Schreiter, Tom
عنوان و نام پدیدآور	:	یخ شکن ها/ نویسنده تام شرایتر (آل بزرگ)؛ مترجم زهرا سلیمان؛ ویراستار امیر هوشنگ اسکندری.
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات اردیبهشت، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	:	۸۸ ص: ۱۴×۲۱ س.م.
شابک	:	۹۷۸-۹۶۴-۱۷۱-۵۴۴-۳
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
یادداشت	:	عنوان اصلی: c۲۰۱۳, Ice breakers: how to get any prospect to beg you for a presentation.
موضوع	:	بازاریابی چندسطحی Multilevel marketing کسب و کار -- معرفی و ارائه Business presentations کسب و کار -- ارتباط Business communication
شناسه افزوده	:	سلیمان، زهرا، ۱۳۵۵-، مترجم
شناسه افزوده	:	اسکندری، امیر هوشنگ، ۱۳۶۱-، ویراستار
رده بندی کنگره	:	HF۵۴۱۵/۱۲۶
رده بندی دیویی	:	۶۵۸/۸۴
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۹۲۸۹۶۲
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیبا



انتشارات اردیبهشت

آدرس: خیابان انقلاب، ۱۲ فروردین، پلاک ۳۱۶، طبقه اول

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۹۷۶۱۳، ۰۲۱-۶۶۴۸۰۸۸۶، ۰۲۱-۶۶۴۹۲۸۷۶، ۰۲۱-۶۵۱۱۱-۱۳۱۴۶

Pub_ordibehsht@yahoo.com

www.ordibehshtpub.ir

عنوان کتاب: یخ شکن ها

نویسنده: تام شرایتر (آل بزرگ)

مترجم: زهرا سلیمان

مدیر امور فنی: امیر هوشنگ اسکندری

چاپ: صادق

صحافی: معراج

شمارگان ۱۵۰۰ نسخه

نوبت چاپ: دوم، زمستان ۱۴۰۲

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۷۱-۵۴۴-۳

قیمت: ۹۵۰۰۰ تومان

کلیه حقوق مادی و معنوی اثر متعلق به انتشارات اردیبهشت است.

فهرست مطالب

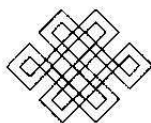
- پیشگفتار (موفقیت از خود سرنخ به جا می گذارد)..... ۶
- ناله و شکایت..... ۸
- چرا من رنج می کشم در حالی که شما ثروتمند و شاد هستید..... ۱۱
- اگر می دانید چه بگویید، مشتریان همه جا هستند..... ۱۴
- به هر کجای دنیا که سفر می کنم، این مشکل پیش می آید..... ۱۷
- گرفتار این افسانه ها نشوید..... ۱۹
- خواستگاری کردن..... ۲۱
- اولین کلمات عصبی کننده خواهرت..... ۲۳
- قوانین..... ۲۶
- فرمول شماره ۱..... ۲۸
- چرا این روش جواب داد؟..... ۲۹
- بیایید کمی با این فرمول سرگرم شویم..... ۳۱
- متوجه الگوی کار شدید؟..... ۳۵
- برای محصولات تغذیه ای..... ۳۶
- برای محصولات پوستی..... ۳۶
- برای محصولات رژیمی..... ۳۶
- برای سفر..... ۳۷

۳۷	برای خدمات مالی.....
۳۹	آیا این روش روی مشتریان سرد هم تأثیر می‌گذارد؟.....
۴۰	مسئول پذیرش.....
۴۰	در جایگاه سوخت.....
۴۱	در مورد پیش‌خدمت‌ها چگونه؟.....
۴۳	در میهمانی.....
۴۵	این را امتحان نکنید! این فقط یک مثال است!.....
۴۷	فرمول شماره ۲.....
۴۹	برای محصولات تغذیه‌ای.....
۵۰	برای محصولات رژیمی.....
۵۰	برای خدمات رفاهی.....
۵۰	برای زیورآلات.....
۵۱	برای تورهای مسافرتی.....
۵۱	برای شوینده‌های طبیعی.....
۵۱	برای خدمات مالی.....
۵۲	فرمول شماره ۳ (بهترین مشتریان احتمالی).....
۶۱	فرمول شماره ۴ (ایجاد مشتری).....
۶۲	چگونه منفی‌گرایی را القا کنیم!.....
۶۵	فرمول شماره ۵.....
۶۸	راه حل بهتر.....
۶۹	برای فرصت.....
۷۰	برای تغذیه.....
۷۱	برای مراقبت از پوست.....
۷۱	برای محصولات رژیمی.....
۷۱	برای سفر:.....
۷۲	برای محصولات شوینده طبیعی.....
۷۲	برای خدمات مالی.....

- ۷۵ توزیع کنندگان بسیار خجالتی هم می توانند این کار را انجام دهند
- ۷۸ فرمول شماره ۶
- ۷۹ برای فرصت
- ۸۰ برای تغذیه
- ۸۱ برای مراقبت از پوست
- ۸۲ برای محصولات رژیمی
- ۸۳ برای سفر
- ۸۳ برای محصولات شوینده طبیعی
- ۸۴ برای خدمات مالی
- ۸۵ و در نهایت
- ۸۷ درباره نویسنده

پیشگفتار

◇ موفقیت از خود سرنخ به جا می‌گذارد ◇



بله! درست است؛ ولی شکست هم سرنخ‌هایی از خود به جا می‌گذارد. سال ۱۹۷۲ کار خود را در شبکه بازاریابی شروع کردم و تمام هم‌وغم خود را به کار بستم تا مشتری بیایم و آن‌ها قرار ملاقات بگذارم. اما همیشه جواب مشتریانم «نه» بود. با افراد مختلف سعی در باز کردن درِ گفت‌وگو داشتم و آن‌ها موضوع را عوض می‌کردند و دنبال بهانه‌ای برای فرار بودند. برای مشتریان سرشناس بازار جنسم را تبلیغ می‌کردم و جواب آن‌ها این بود که به پیشنهادهای من علاقه‌ای ندارند. سرنخی که از همه این شکست‌ها به دست آوردم چه بود؟

همه گفت وگوهای من با عبارت مشخص «پیشنهادی عالی» آغاز می‌شد؛ عبارتی که پاسخ «نه» را به دنبال داشت. استفاده از عبارتی نادرست در ابتدای گفت وگو در مورد مشتریان جدید هم کارساز نمی‌شد، زیرا مشکل اصلی جملات آغازین من برای بازاریابی ام بود. راه حل این بود که باید سرآغاز جملات خود را تغییر می‌دادم و یخ گفت وگو را با جمله‌ای درست می‌شکستم. کتابی که در دست دارید اثبات می‌کند که شکست همیشه همان ارمغان همیشگی را به دنبال ندارد.

تام شرایتر