

ماهی فروش چه می دانست؟
(مدیریت و بازاریابی)

www.ketab.ir



سرشناسه	: همایون تکمه داش ، مهدی، ۱۳۵۴
عنوان و نام پدیدآور	: ماهی فروش چه می‌دانست؟ / نویسنده مهدی همایون تکمه داش
مشخصات نشر	: تهران، آرون، ۱۴۰۳
مشخصات ظاهری	: ۲۲۴ ص.
شابک	: ۳ - ۲۷۹ - ۳۱۷ - ۶۲۲ - ۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
موضوع	: فروشنده‌گی - مدیریت فروش - بازاریابی
موضوع	: Selling- Sales management - Marketing
رده‌بندی کنگره	: HF ۵۴۳۸ / ۲۵
رده‌بندی دیویی	: ۶۵۸ / ۸۵
شماره کتابخانه ملی	: ۹۸۰۷۳۸۴

این اثر با حمایت مالی و معنوی خانه هوشمند ام‌اچ کنترل به چاپ رسیده است.



www.ketab.ir

ماهی فروش چه می‌دانست؟

(مدیریت و بازاریابی)

نویسنده: مهدی همایون تکمه‌داش

ناشر: انتشارات آرون

چاپ اول: ۱۴۰۳

تیراژ: ۱۰۰ نسخه

۲۵۰,۰۰۰ تومان

نشانی: میدان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین، خیابان وحید نظری

نرسیده به خیابان منبری جاوید، پلاک ۱۰۵، واحد ۳ تلفن: ۵۱ - ۶۶۹۶۲۸۵۰

ایمیل: arvannashr@yahoo.com وبسایت: www.arvannashr.ir

ISBN 978 - 622 - 317 - 279 - 3

به نام خدا

فهرست مطالب

۹	درباره نویسنده
۱۳	مقدمه
۲۱	بخش اول
۲۱	ماجرای ماهی فروش
۳۰	فصل اول
۳۰	چه کسی مشتری من است؟ (انتخاب گزینه‌ی بهتر)
۳۵	ورودی مشتری در بازاریابی تلفنی
۴۳	خلاصه
۴۴	فصل دوم
۴۴	خطای توجه انتخابی
۴۴	ابتکار ماهی فروش در استفاده از خطای توجه انتخابی
۵۰	فصل سوم
۵۰	گشاده رویی
۵۰	با انرژی و روی گشاده وارد مذاکره شوید

۵۸	فصل چهارم.....
۵۸	تکنیک ۲ بله؟.....
۶۶	فصل پنجم.....
۶۶	سؤال کنید تا با مشتری بیشتر آشنا شوید.....
۶۹	جلب توجه مشتری با تکنیک سؤال کردن!.....
۷۳	فصل ششم.....
۷۳	آفرین به نهنگ.....
۸۳	فصل هفتم.....
۸۳	تکنیک مهمان نوازی.....
۹۰	فصل هشتم.....
۹۰	یافتن نقاط انحراف.....
۹۶	فصل نهم.....
۹۶	هدایت مشتری به محصول مورد نظر خودتان.....
۱۰۰	فصل دهم.....
۱۰۰	تکنیک از دست دادن.....
۱۱۰	فصل یازدهم.....
۱۱۰	تکنیک لمس توسط مشتری.....
۱۱۶	فصل دوازدهم.....
۱۱۶	تعمیم کیفیت به تمام محصولات.....
۱۲۱	فصل سیزدهم.....
۱۲۱	پافشاری بر نقطه قوت محصول.....
۱۲۸	فصل چهاردهم.....
۱۲۸	تکنیک ترس از انتخاب غلط.....

۱۳۲	فصل پانزدهم
۱۳۲	تکنیک بسط دادن
۱۳۸	فصل شانزدهم
۱۳۸	تکنیک احساس پس از خرید
۱۴۷	فصل هفدهم
۱۴۷	افزایش فروش به روش فروش بیشتر به هر مشتری
۱۵۳	فصل هجدهم
۱۵۳	تأییدیه های مشتری نقاط قوت مذاکره
۱۵۸	فصل نوزدهم
۱۵۸	تکنیک ارزش کمیاب
۱۶۴	فصل بیستم
۱۶۴	تکنیک یک تخم مرغ دو تخم مرغ
۱۶۹	فصل بیست و یکم
۱۶۹	قیمت ساندویچی
۱۷۲	فصل بیست و دوم
۱۷۲	تکنیک اره تیز اطلاعات
۱۷۷	فصل بیست و سوم
۱۷۷	بازی را آنقدر ادامه دهید تا برنده شوید
۱۸۵	فصل بیست و چهارم
۱۸۵	اخلاق حرفه ای تنها راه ساختن مشتری وفادار
۱۸۹	بخش دوم
۱۸۹	درس های کسب و کار

درباره نویسنده

نویسنده در سال ۱۳۵۴ در روستای تکمه‌داش از توابع آذربایجان شرقی در یک خانواده کشاورز و دامدار به دنیا آمد. سنین کودکی را تا سه سالگی در روستا زندگی کرد و در سال ۱۳۵۷ به همراه خانواده به شهرستان کرج نقل مکان کرد. پدرش، کارگر نیروگاه برق بود و مادرش خانه‌دار. سه برادر کوچکتر از خود داشت و در محله مصباح کرج، دوران تحصیل خود را تا مقطع کارشناسی ادامه داد و سپس وارد بازار کار شد. اولین محل کار وی شرکت ساختمانی فعالان بود که در آن به عنوان آبدارچی مشغول به کار شد. پس از سه ماه توانست نظر کارفرمای خود را جلب کرده و پیمانکاری برق پروژه در حال ساخت او را بر عهده بگیرد و از آنجا ورود به صنعت برق برایش رقم خورد.

در سال‌هایی که مشغول به برقکاری ساختمان بود، پیوسته توانمندی‌های خود را رشد داد و در سال ۱۳۸۳ از طریق دکتر طهماسب داودی با ایده هوشمندسازی ساختمان (BMS) آشنا شد و اولین پروژه تمام هوشمند خود را در سال ۱۳۸۵ در عظیمیه کرج، راه‌اندازی کرد که مصادف با تأسیس یک دفتر کار کوچک شصت‌متری بود که بعدها تبدیل به شرکت صنایع الکترونیک ام‌اچ کنترل شد.

وی در سال ۱۳۸۸ با شرکتی با نام باتیس آشنا شد و طی چند سال موفق به خرید آن شد و طراحی سیستم جدید هوشمند ساختمان با نام LB۵۰۰ را به وسیله همین تیم تحقیقاتی انجام داد که به نوعی پدر خانه‌های هوشمند امروزی در کشور محسوب می‌گردد.

وی پس از سال‌ها تلاش در این زمینه موفق به طراحی نسل جدید سیستم‌های هوشمند با نام LB۶۰۰ شد و تحولی شگرف در تفکر طراحی این صنعت را بنا نهاد. توسعه کسب و کار و تبدیل آن دفتر اولیه به یک شرکت رسمی و معتبر چیزی بود که ایشان از آن به‌عنوان دانشگاه کسب و کار یاد می‌کند. ایشان معتقد است: «طراحی پلن کسب و کار، یک مهارت است و به‌جز با فعالیت عملی، قابل دسترس نیست. امروزه افراد زیادی در جامعه با جمع‌آوری دانش پیشینیان و ارائه آن در کلاس‌های آکادمیک و غیره، خود را به‌عنوان استاد در این زمینه معرفی می‌کنند و حال آنکه خود به‌صورت عملی از آن سر رشته‌ای ندارند و حتی سابقه تأسیس یک کسب و کار و کارآفرینی را ندارند و این باعث سردرگمی علاقه‌مندان به کارآفرینی می‌گردد».

وی در ادامه مطالعات خود در زمینه کارآفرینی و تحصیل در کلاس‌های دکترای تخصصی مهارت کسب و کار، انگیزه خود از تألیف کتاب حاضر را آموزش پاره‌ای از مهارت‌های عملی خود به علاقه‌مندان و توسعه و آموزش کسب ثروت می‌داند و آن را رسالت خود در این زمینه قلمداد می‌کند.

ایشان با طراحی سرفصل‌های درسی هوشمندسازی، محصول خود را وارد تنها دانشکده هوش مصنوعی کشور در دانشگاه آزاد اسلامی کرج

نمود. همچنین با عقد یک تفاهم نامه با مرکز تربیت مربی فنی و حرفه ای کشور، موفق به ورود محصولات خود به این سازمان شد و توسعه نمایندگی های خود در سطح کشور را از این طریق پایه گذاری کرد. درگیری عملی با توسعه کسب و کار، چیزی بود که ایشان را علاقه مند به حوزه آموزش کارآفرینی کرد. طراحی پلن توسعه کسب و کار و رفع مشکلات متعدد از قبیل استخدام نیرو و مدیریت منابع انسانی، تجربه سرمایه گذاری و مدیریت سرمایه، کسب اعتبار و تحقق دستاوردهای دانش بنیان در طول زمان تبدیل به عشق و علاقه وی شد. طی مسیر رشد از موقعیت های مختلف به مدیر عامل و بنیانگذار شرکت الکترونیک و هوشمندسازی ام اچ کنترل، از وی یک فرد خودساخته و جسور ساخته می شود که همیشگی آن به افتخار یاد می کند و آن را لذت بخش ترین تجربه خود می داند.

کتاب حاضر در سال ۱۳۹۵ پیش نویس شد و پس از سال ها با تشویق همسر و شاگردان خود در دانشگاه به مرحله چاپ رسید. به امید آنکه در سال های آتی، عناوین حرفه ای و به روز ایشان در زمینه توسعه فردی و کارآفرینی به مرحله چاپ و نشر رسیده و در دسترس علاقه مندان قرار گیرد.

مقدمه

عنوان کتابی که در حال حاضر شروع به نوشتن آن کردم، هست: ماهی فروش چه می‌داند! و شاید برای شما این سؤال پیش بیاید این اسم از کجا آمده و چرا این اسم را روی این کتاب گذاشتم؟

ماجرا برمی‌گردد به یک روز بارانی خیلی زیبا در سال ۱۳۹۲ در شهر انزلی. من و همسر من به این شهر مسافرت کرده بودیم و آن روز قبل از ظهر تصمیم گرفتیم به بازار ماهی‌فروش‌ها برویم و برای ناهار ماهی تهیه کنیم. به محض اینکه از درب بازار ماهی‌فروش‌ها داخل رفتیم، اتفاق خیلی جالبی برای من افتاد که ماجرای این کتاب در واقع شرح آن اتفاق است و درس‌هایی که من از آن ماهی‌فروش در زمینه فروشندگی و مذاکره یاد گرفتم و در ادامه‌ی کتاب به آن خواهیم پرداخت. ولی برای اینکه کمی ذهن شما را درگیر با این ماجرا کرده باشم، خلاصه این داستان را توضیح را می‌دهم:

به فاصله‌ی تقریباً بیست متر از ورودی بازار، یک پیرمرد ماهی‌فروش یک تخته‌ی کوچک جلوی خودش قرار داده بود و سه عدد ماهی روی آن گذاشته بود. به محض اینکه ما را دید با سرعت قابل توجهی به سمت ما آمد و سلام علیک کرد و با تکنیک‌هایی که بلد بود ماهی خودش را به ما فروخت. ماجرای این کتاب اتفاقی است که در آن

لحظه برای من افتاد و تکنیک هایی که آن پیرمرد ماهی فروش با تسلط زیادی که به آن ها داشت، توانست انجام دهد و ماهی به من بفروشد که تا آن روز نخورده بودم و اصلاً قصد خرید آن را نداشتم. ولی اینکه چطور این اتفاق افتاد و آن پیرمرد ماهی فروش چه چیزهایی می دانست، چیزی است که در ادامه به آن می پردازیم. ماجرا بسیار جذاب و دوست داشتنی بود و من سعی می کنم با تمام جزئیات چیزهایی که در آن بازار یاد گرفتم را برای شما شرح دهم.

قبل از اینکه به متن اصلی کتاب پردازیم، لازم می دانم که دو مقدمه برای شما خواننده ی عزیز بگویم؛ مقدمه اول اینکه آیا چیزی به اسم مهارت فروش وجود دارد؟ واقعاً با این تکنیک ها امکان متقاعد کردن مشتری وجود دارد؟ در جواب باید بگویم که من معتقدم فروش یک نوع مهارت است. برایتان مثال می زنم؛ خیلی تولیدکننده ها هستند که محصولات خوبی را تولید کرده اند ولی متأسفانه وضعیت مالی خوبی ندارند و به اصطلاح چرخشان نمی چرخد! به طور قطع، اتفاقی که برای این مدل آدم ها می افتد این است که توان فروش محصول خودشان را ندارند. من بارها این موارد را دیده ام مثلاً همین ماه گذشته از کارخانه ای خرید می کردم که یکی از دوستان بنده هست و قطعاتی را در زمینه ی برق تولید می کرد. کارخانه ی فوق العاده مجهز و با امکانات خیلی خوب و محصولات ی بسیار با کیفیت تولید می کرد، ولی متأسفانه کارخانه وضعیت مالی خوبی نداشت. در حدی که ایشان به من پیشنهاد داد که اگر موافق باشید من این کارخانه را به شما واگذار می کنم. با توجه به اینکه می دانم شما توان فروش این محصولات را دارید کارخانه

را شما از من تحویل بگیرید و به طور ماهیانه از محل سود کارخانه یک سهمی را هم به من بدهید!

این باور را باید داشته باشید که به صرف داشتن یا تولید کردن یک محصول، الزاماً شما به پول و درآمد نخواهید رسید. بدانید که فروش، یک نوع مهارت است. خاطرم هست، جایی از ادیسون شنیده‌ام که من قبل از اختراع هر محصولی به فروش آن فکر می‌کنم و می‌دانید که ادیسون^۱ بین مخترعین جزء نوادری است که وضعیت مالی خوبی داشت. چرا که ایشان در زمینه‌ی فروش محصول خودش توانمند بود و علاوه بر اختراع کردن و تولید کردن یک محصول به فروش آن فکر می‌کرد.

اگر در یک جمله بگویم به صرف داشتن یک محصول نمی‌توانیم آن را بفروشیم! فروش نیاز به مهارت دارد. برای اینکه ذهن شما کاملاً این مطلب را درک کند برایتان مثال می‌زنم؛ تصور کنید که بخواهید به شخصی رانندگی یاد بدهید و ایشان تا به حال رانندگی نکرده باشد. برای اولین بار درب خودرو را باز می‌کنید پشت فرمان خودرو می‌نشینید و به او می‌گویید این ماشین چطور روشن می‌شود. گاز، ترمز و کلاچ را به او معرفی می‌کنید و حتی برایش یک بار ماشین را روشن می‌کنید، راه می‌برید، متوقف می‌کنید و خاموش می‌کنید.

^۱ - توماس آلوآ ادیسون (به انگلیسی: Thomas Alva Edison) مهندس، مخترع و کارآفرین اهل ایالات متحده آمریکا بود که به عنوان بزرگ‌ترین مخترع تاریخ آمریکا توصیف شده است.

شما در واقع دانش رانندگی کردن را به او در این لحظه ارائه داده‌اید. ولی آیا آن فرد بعد از اینکه شما این آموزش کلی را به او دادید واقعاً یک راننده می‌شود؟ قطعاً اینطور نیست!

چیزی مثل رانندگی که مهارت محسوب می‌شود، صرفاً با انجام تمرین و ممارست، قابل یادگیری است. من زمانی راننده می‌شوم که اصطلاحاً مهارت رانندگی در من بروز پیدا کند و تنها راه این است که بتوانم با تمرین زیاد، راننده شوم. یا به‌طور مثال اگر یک شناگر خیلی خوب را ببینید در یک استخر شنا می‌کند و شما هم وسوسه شوید درون آب بپرید، آیا شما هم به همان خوبی شنا خواهید کرد؟ ممکن است حتی این کار برای شما خطرناک باشد و حتی جان خودتان را از دست بدهید. در حالی که شما هم مثل همان آدم شناگر، دست و پا دارید و آنجا استخر پر از آبی و اختیار شمامست و انتظار می‌رود که اگر آن نفر شناگر توضیحات کلی را به شما بدهد شما هم شناگر بشوید! در حالی این اتفاق نمی‌افتد. اگر هر کسی رنگ و بوم در اختیار داشته باشد آیا مثل استاد کمال‌الملک^۱ می‌تواند نقاشی بکشد؟ حتماً این موضوع را قبول دارید که این کار امکان‌پذیر نیست!

هر جا صحبت از مهارت باشد، صرفاً با انجام تمرینات و شاگردی کردن می‌توانیم آن مهارت را یاد بگیریم. بنابراین باور داشته باشید که فروش یک مهارت است و تا زمانی که تمرینات کافی را در این زمینه انجام نداده باشید، عملاً شما فروشنده‌ی خوبی نخواهید بود و اگر

^۱ - محمد غفاری (۱۲۲۶ - ۲۷ مرداد ۱۳۱۹)، معروف به کمال‌الملک، نقاش ایرانی در دوره قاجار و اوایل دوره پهلوی بود.

می خواهید که چرخ اقتصادی کسب و کارتان را بگردانید حتماً نیاز به آموزش مهارت های فروش دارید اما در مورد مقدمه ی دوم:

یک ابهامی در ذهن بعضی ها ممکن است به وجود بیاید، آن ابهام این است که اگر فروش به واسطه ی مهارت من قرار است اتفاق بیفتد، آیا انجام فروش با استفاده از تکنیک های فروش و بالا بردن مهارت خود در زمینه فروش از نظر اخلاقی کار صحیح و درستی است یا خیر؟ چون این شبهه در ذهن همه به وجود می آید که من اگر تکنیک های بهتری بلد باشم و تمرین بیشتری انجام داده باشم و در زمینه ی مذاکره و تسلط تری باشم، توان فروش محصول خودم را دارم حتی اگر بی کیفیت باشد.

در واقع مشتری به خاطر تکنیک های من خرید کرده است نه به خاطر کیفیت محصول! به عبارتی خرید مشتری به ویژگی ها، کارآمدی و امتیازات محصول من کمتر ارتباط دارد! چرا که اگر اینطور نبود آن فرد کارخانه دار هم که برایتان مثال زدم می توانست محصول با کیفیت خود را در بازار بفروشد. ولی این کار را نمی تواند انجام دهد و برای این کار از دیگری کمک می گیرد. این یعنی موضوع فروش، یک مهارت مستقل از داشتن محصول و مستقل از کیفیت یک محصول است. یعنی ممکن است شما محصول با کیفیت و خوبی داشته باشید و اگر کسی از آن محصول استفاده کند رضایت داشته باشد ولی این الزاماً به مفهوم این نیست که مشتری ها محصول شما را خرید می کنند. بنابراین صرفاً توانایی من در فروش باعث می شود که مشتری از من خرید کند. اگر

محصول من، محصول خوبی باشد می توانم بفروشم؟ اگر محصول من محصول خوبی نبود چطور؟ می توانم بفروشم؟ اگر قرار باشد که موضوع فروش به مهارت شخص من بستگی داشته باشد نه به محصول، طبیعتاً این اتفاق می افتد. شاید این مثال را شنیده باشید: "فروشنده ی برتر کسی است که بتواند به یک اسکیمو در قطب شمال یخچال بفروشد."^۱ این جمله می خواهد به مهارت مذاکره با مشتری اشاره کند که او می تواند یک اسکیمو را متقاعد کند که داشتن یخچال برایش مفید است. آیا این گفته صادق است؟ و می توانیم آن را به عنوان یک موضوع واقعی بپذیریم؟ جواب این است که متأسفانه بله!

متأسفانه یک فروشنده حتی اگر محصول خوبی نداشته باشد ولی مهارت خوبی در ارائه ی آن داشته باشد، می تواند آن را بفروشد! و این همان چیزی است که افراد شاد و حيله گر به آن متوسل می شوند و محصولی را که واقعیت ندارد یا خدماتی برایش وجود ندارد را به خریداری که اطلاع از این موضوع ندارد می فروشند!!!

بنابراین باید تصدیق کرد که استفاده از مهارت فروش می تواند به صورت بداخلاقی و بدون رعایت اخلاق حرفه ای صورت بگیرد، ولی این چیزی از ارزش هنر فروشندگی کم نمی کند. مثل این می ماند که یک نفر با استفاده از کارد آشپزخانه مرتکب قتل شود و ما مقصر این موضوع را کارد آشپزخانه بدانیم! این کارد صرفاً یک ابزار است و آن موضوع غیراخلاقی که اتفاق افتاده است، به نفر استفاده کننده برمی گردد نه به کارد آشپزخانه! بنابراین من به این موضوع اذعان

^۱ - کتاب به اسکیمو یخ بفروش؛ نوشته مسعود لعلی.

می کنم که استفاده از تکنیک ها و مهارت های فروش ممکن است باعث فریب مشتری شود و همین الان راجع به این موضوع نظر خودم را می گویم و تذکر می دهم که یک فروشنده موظف به رعایت اخلاق است. این اصل را حتماً رعایت کنید و به عنوان یک یادگاری از من در گوشه ی ذهنتان داشته باشید که مشتری باهوش ترین موجود دنیاست و اگر امروز متوجه فریب و دروغ در معاملهی شما نشود، فردا حتماً آن را متوجه خواهد شد...

و دیری نخواهد پایید که اساس کارتان از بین می رود و تمام آنچه که از محل فروش به دست آورده اید را از دست خواهید داد. چون باید پاسخگوی مشتری هایی باشید که هوشیار می شوند و متوجه فریب شما خواهند شد. خیلی خیلی مهمی است که ما در حرفه ی خودمان و در شغل خودمان اخلاق مدار باشیم و به نظر من اولین سؤالی که یک فروشنده باید بپرسد و بعد به فروش بپردازد این است که اگر من به جای خریدار بودم، آیا این محصول را می خریدم؟ و اگر جواب منفی بود نباید اقدام به فروش آن محصول کنم. من باید محصول و خدماتی را به مشتری بفروشم که اگر خودم به جای او بودم حتماً با رضایت کامل از آن محصول استفاده می کردم و باید این باور قلبی من باشد که محصول من، محصول خوبی است و کسی که محصول من را با پول خودش عوض کند، برنده است، نه بازنده.

بنابراین طبیعی است که اینجا یک دستورالعمل دیگر به وجود می آید و آن هم این است که اگر من یک تولیدکننده هستم حتماً باید محصولی تولید کنم که خودم تمایل به استفاده از آن را دارم و دوست

دارم که آن محصول را داشته باشم. من باید محصولی با کیفیت و با خدمات پس از فروش عالی به مشتری خودم ارائه دهم و این قدم اول برای فروشنده‌ی موفق بودن است.