

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۰ گام برای فروش موفق

شیوه‌های اثبات شده که می‌تواند:
چرخه فروش را کوتاه کرده و به طور
مؤثری درآمد شما را افزایش داده و
موفقیت را برای شما به ارمغان آورد.

نویسنده:

تیم برایتهاوپت
Tim Breithaupt

ترجمه:

هانیه حق‌نبی مطلق

- سرشناسه : برایتهاپت، تیم Breithaupt, Tim
 عنوان و نام پدیدآور : ۱۰ گام برای فروش موفق / نویسنده تیم برایتهاپت؛ ترجمه هانیه حق‌نبی‌مطلق
 مشخصات نشر : تهران: سلسله مهر، ۱۳۸۷.
 مشخصات ظاهری : ۳۱۲ ص: مصور
 شابک : 978-600-5260-16-8
 وضعیت فهرست‌نویسی : فیبا.
 یادداشت : عنوان اصلی: 10 steps to sales success: the proven system that can shorten the selling cycle... c2003
 یادداشت : این کتاب قبلاً تحت عنوان "تئوریهای فروش موفق: ده گام مؤثر برای کوتاه کردن مسیر فروش..." با ترجمه سینا قربانلو توسط انتشارات میلغان در سال ۱۳۸۶ نیز منتشر شده است.
 عنوان دیگر : تئوریهای فروش موفق: ده گام مؤثر برای کوتاه کردن مسیر فروش...
 عنوان گسترده : ده گام برای فروش موفق.
 موضوع : فروشندگی
 شناسه افزوده : حق‌نبی‌مطلق، هانیه، ۱۳۶۰-
 رده‌بندی کنگره : HF۵۴۳۸/۲۵/۴ب۹ ۱۳۸۷
 رده‌بندی دیویی : ۶۵۸/۸۵
 شماره کتابشناسی ملی : ۱۲۹۸۷۱۷



۱۰ گام برای فروش موفق

نویسنده: تیم برایت هاپت

ترجمه: هانیه حق‌نبی مطلق

ویراستار: شیرین وحدانی

ناشر: سلسله مهر

ناظر چاپ: حسین سلطانی

نوبت چاپ: اول - ۱۳۸۸، شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۴۵۰۰ تومان

ISBN: 978-600-5260-16-8

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۶۰-۱۶-۸

مراکز پخش: تهران - پخش کتاب **سلسله** تلفن: ۶۶۹۶۸۸۸۵ - ۰۹۱۲۱۲۴۴۹۷۱

اصفهان - آماگاه - کوی سوره - پخش کتاب **سوره** تلفن: ۲۲۳۲۲۰۸

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۹.....	مقدمه
۱۱.....	قدردانی
۱۳.....	پیشگفتار: چرا این کتاب؟
۱۷.....	سرمایه‌گذاری خود را توسعه دهید: شش راهنما
۲۲.....	احکام «تیم»
۲۳.....	فصل ۱: مدل زنجیره‌ای فروش حرفه‌ای
۲۳.....	آموزش بزرگسالان: چطور عملی است؟
۲۵.....	ده مرحله
۲۸.....	مشتری چیست؟ شش مورد
۳۲.....	تعریف فروش
۳۴.....	مهارت‌های پیشرفته فروش
۳۶.....	فروشنده‌گی نیاز به نماینده دارد نه اجرا
۳۷.....	مرکز پرورش بزرگسالان

فصل ۲: راه موفقیت: پنج مسیر ۴۲

نگرش افراد موفق ۴۵

نگرش # ۱: عمل کنید! تفکر در عمل ۴۵

نگرش # ۲: هدفمند باشید - اهداف روزانه ۵۰

نگرش # ۳: عزت نفس - خود را به خود بفروشید ۶۰

نگرش # ۴: محدوده فراغت - آن را گسترش دهید ۶۹

نگرش # ۵: صبر در مقابل پایداری ۷۵

با شما شروع می‌شود ۸۰

چیزی که به دخترم گفتم ۸۱

فصل ۳: برنامه‌ریزی و آماده‌سازی ۸۵

دوبار اندازه بگیر، یک بار بتر ۸۵

شما برنامه‌ریزی کرده‌اید، اما آیا آماده هم هستید؟ ۸۸

چیزی که باید بدانیم ۹۰

آن را کجا بیابیم ۹۳

یک مرحله از آمادگی ۹۶

زمان نمایش ۱۰۲

ویژگیها و فواید: بدون هیچ مزیتی ۱۰۳

از ویژگیهای پوچ و توخالی اجتناب کنید ۱۰۵

طبقه‌بندی حساب‌ها: سه نمونه ۱۱۳

فصل ۴: مدیریت زمان: این فصل در مورد زمان است ۱۲۲

اما من وقت ندارم! ۱۲۲

ارزش زمان: ROT شما چیست؟ ۱۲۴

پنج اصل در مدیریت زمانی ۱۲۶

- اصل # ۱: ROT خود را افزایش دهید. ۱۲۶
- اصل # ۲: بدانید ساعت چند است. ۱۲۹
- ساعت فروش یا ساعت بی کاری؟ ۱۲۹
- اصل # ۳: وقت خود را تنظیم کنید. ۱۳۰
- اصل # ۴: از ابزار مناسب استفاده کنید. ۱۳۴
- فروش اتوماتیک ۱۳۵
- اصل # ۵: مؤثر باشید نه واکنش پذیر ۱۳۷
- اگر وقت شناس باشید، دیر کرده‌اید. ۱۴۰
- استرس را بپذیرید: یک نصیحت به موقع ۱۴۱
- بیا نهار بخوریم: تشریفات غذایی ۱۴۵

فصل ۵: کاوش: می‌دانم کجا پنهان شده‌ای ۱۴۸

- پیشرفت در مقابل پیشرفت واقعی ۱۵۰
- آنها را کجا پیدا کنیم: ۲۲ عقیده ۱۵۱
- قرار ملاقات حرفه‌ای ۱۵۷

فصل ۶: ایجاد روابط دوستانه و اعتماد: انعطاف پذیری رفتاری ۱۶۶

- چطور آنها را مجبور کنم تا مرا دوست داشته باشند؟ ۱۶۸
- چهار سبک رفتاری مشتریان ۱۷۱
- جامعه‌پذیری ۱۷۳
- مدیریت گرای ۱۷۵
- تفکرگرایی ۱۷۸
- ارتباط‌گرایی ۱۸۱
- وقتی کسی را می‌بینم چطور خصوصیات او را بشناسم؟ ۱۸۳
- تفاوت‌ها در مقابل دشواریها ۱۸۴

مشاهدات کلی ۱۸۶

فصل ۷: کشف: روز مسابقه ۱۹۳

نیاز به تحلیل ۱۹۴

روش PSIP ۱۹۶

معماری بررسی: پوست کندن پیاز ۲۰۳

ماهگیری ۲۱۴

پل زدن مؤثر ۲۱۵

پل زدن معکوس ۲۱۶

از محوطه جرمه خودداری کنید ۲۱۹

مهارتهای ارتباطی ۲۲۴

چرا شنوندگان ضعیفی هستیم ۲۲۵

فصل ۸: معرفی مهارتها: راهکارهای ارزش افزوده ۲۳۱

چرا باید از شما خرید کنم؟ ۲۳۲

رقابت را خنثی کنید ۲۳۳

ده مورد کلیدی ۲۳۴

برنامه‌ریزی: دوست یا دشمن؟ ۲۴۱

روش پنج مرحله‌ای ۲۴۶

اعتراض در مورد قیمت ۲۵۰

فصل ۹: تحکیم فروش ۲۵۸

۵ کلمه جادویی ۲۶۱

خیر ((No)) درست است یا دانستن ((Know))؟ ۲۶۷

سه جزء تشکیل‌دهنده «بله» ۲۶۸

۲۶۹ زمان مناسب تحکیم
۲۷۱ ۹ توصیه برای تحکیم فروش
۲۷۱ دو برابر کردن نسبت فروش
۲۷۵ حضور # ۲

فصل ۱۰: مذاکره خلاق: همیشه راهی وجود دارد! ۲۷۸

۲۷۹ چه زمانی برای مذاکره مناسب است؟
۲۸۳ ۵ اصل مذاکره خلاق
۲۸۳ اصل اول: اولین نگرش
۲۸۳ اصل دوم: برنامه‌ریزی و آماده‌سازی
۲۸۶ اصل سوم: دانستن زبان حرفه‌ای
۲۸۷ زبان مذاکره
۲۸۹ اصل چهارم: مذاکره قیمت، به هیچ‌وجه
۲۹۲ اصل پنجم: مذاکره کاری، نه شخصی
۲۹۴ قانون ۱۰ موردی

فصل ۱۱: نقشه کار: اجرا ۲۹۷

۲۹۸ افراد من مایل به صحبت کردن با گروه شما هستند
-----	--

فصل ۱۲: ادامه دهید: دیگر نه بنویسید و نه حرف بزنید ۳۰۲

۳۰۵ ده مورد یادآوری
۳۰۸ هنوز دوستت دارم
۳۱۰ نتیجه‌گیری

مقدمه

مراحل ویرایش این کتاب، همانند دوران بارداری یک مادر بود. با وجود اینکه دوران شکل‌گیری این کتاب طولانی‌تر از تولد یک کودک بود، مراحل پیشرفت آن همانند احساسات و فعالیتهای یک مادر چشم به راه بود: تغییر رفتار و بی‌صبری، عصبی بودن، تدارک برای تولد بچه، معاینات پزشکی، انتخاب نام و گذراندن روزها با بی‌صبری.

قبل از اینکه عقایدم را روی کاغذ بیاورم، ماهها وقت صرف کردم تا به افکارم نظم و ترتیبی بدهم، وقتی فهرست و پیشگفتار کتابم شکل گرفت، احساس مادری را داشتم که کودک درون شکمش اولین لگد را می‌زند. وجود من سرشار از هیجان و اضطرابی مسلم بود که می‌توانست اولین دوران بیماری من باشد که اندک اندک رو به بهبودی می‌رفت. مرتب با خود فکر می‌کردم آیا می‌توانم کتابی بنویسم که به درد فروشندگان بخورد و آیا آنها واقعاً این کتاب را می‌خوانند؟

به نظر می‌رسد که «ما» این کار را انجام دادیم. دلیل اینکه از کلمه «ما» استفاده کردم این است که این کتاب نتیجه تلاش افراد بسیاری است. تولد هر چیزی یک اجرای منحصر به فرد است.

ده گام برای فروش موفق بیانگر اعتقاد عمیق من به این مطلب است که فروش کار بسیار جالبی است. فروشندگی یکی از مشاغل مهم در

جامعه ما است. کارفرمایان فروش با عنوان فرهیخته‌ترین و مهم‌ترین بازیگران صحنه تجارت شناخته شده‌اند. فروشندگی همانند سکوی پرشی است برای انجام و تحقق تمام اهداف و آرمانهایتان. امیدوارم این کتاب به شما کمک کند و بتوانید لذت واقعی فروش حرفه‌ای را درک کنید و در مراحل متفاوت موفقیت به قدرت بیشتری برسید.

زندگی به ما ثابت کرده که: موفقیت یک انتخاب است نه شانس!

لذت ببرید!

قدردانی

تکمیل این کتاب، حسن قدردانی و سپاسگزاری مرا نسبت به کسانی که در نوشتن آن مرا یاری نمودند، افزایش می‌دهد. دین من به آنها خیلی بیشتر از تشکر کردن است. تنها کاری که می‌توانم انجام دهم این است که عمیقاً از آنها تشکر کنم.

از افراد زیر عمیقاً سپاسگزاری می‌کنم.

«لس هویت»^۱ که مشاور من بود و همیشه به من می‌گفت: «تو باید این کتاب را بنویسی» و بعد مرا به شدت به انجام این کار تشویق کرد. به خاطر کمک‌های جاودانیت ممنونم. ما بالاخره این کار را انجام دادیم.

«شاننا دوبرولسکی»^۲ کسی که برای بیشتر از چهار سال دستیار من بود - چه زن فوق‌العاده‌ای. «شاننا» مظهر یک زن تاجر به تمام معنا است. نگرش مثبت او مایه حسادت هم‌ردیفانش است و حمایت استوار او پایه و اساس این پروژه را طرح‌ریزی کرد.

1- Les Hewitt

2- Shauna Dobrowski

«زاد چپمن»^۱ ناشر کتاب من که بی‌نهایت به سبک و ساختار این کتاب علاقمند بود. ما هنوز هم با هم در ارتباط هستیم.

«گری لاندگرن»^۲ کاریکاتورهای محشر او بسیار فوق‌العاده بود. متشکر به خاطر شخصیت «برنی».

1- Rod Chapman

2- Gary Lundgren

پیشگفتار

چرا این کتاب؟

به عنوان یک مدرس حرفه‌ای آموزش، من متوجه جنبه مهمی از آموزش در بزرگسالان شدم: مردم عاشق سادگی هستند. هرچه ساده‌تر، بهتر. من با این هدف کتابم را نوشتم، ساده بودن در فروشندگی، آسان است. سادگی جالب است به همین دلیل است که مدیر سازمان KISS (فروشندگان را به سادگی عادت دهید) موفق هستند. این کتاب به ارائه جنبه‌ای می‌پردازد که تمام مشکلات فروشندگی را از میان برمی‌دارد و به خالص‌ترین شکل فروشندگی می‌پردازد که همان مکالمه بین دو نفر است که درک مطلب را برای ما ساده‌تر می‌کند.

مهارت‌های لازم فروش حرفه‌ای مؤثر به طور فزاینده‌ای با اهمیت می‌شود. امروزه مشتریان به دنبال سری کاملی از محصولات و سرویس‌ها به منظور ارضای نیازهای شخصی خود هستند. مشتریان نسبت به تکنیک‌های سنتی فروش، مصون هستند. تغییرات تکنولوژیکی، سیستم خودکار فروش به آزادسازی و اقتصاد جهانی، بسیاری از محصولات را دچار ابهام کرده و به طور همزمان محیط رقابتی را به وجود آورده است. امروزه، محصول و قیمت به تنهایی قادر نخواهند بود در یک مسیر رقابتی

قرار بگیرند. ما شاهد سقوط "راه‌حل‌های واضح محصولات" هستیم. مشتریان شما می‌توانند محصولات را در هر کجا و با همان قیمت بخرند، پس چرا به سراغ شما می‌آیند و از شما خرید می‌کنند؟ مشتریان با همدلی از یک فروشنده قدردانی می‌کنند این همان - توانایی توسعه یک راه‌حل کلی در مقابل ارائه ساده یک محصول است. آنها همچنین از تأثیر تکنولوژیهای جدید قدردانی می‌کنند اما هنوز خواهان گرمای وجود شما هستند، آنها می‌خواهند با شما در تماس باشند.

اغلب فروش محصولات به وسیله فروش مکانیکی خراب می‌شود. متأسفانه در موارد بسیاری، فروشنده‌گی بیشتر از آنچه که یک مکالمه بین افراد باشد، تبدیل به یک جنگ نظامی با دشمن شده است.

شما در حال یادگیری تکنیک‌های اثبات شده موفق فروش حرفه‌ای هستید. همانطور که به تکنیک‌هایی که در این کتاب ارائه شده، تسلط پیدا می‌کنید، مراحل جدید تولید را هم تجربه خواهید کرد. (فروش موفق به نسبت تعداد تقاضا) دو برابر می‌شود. بعد از مدتی اگر اهداف فروشنده‌گی خود را از دست دادید نگران نباشید.

اگر شما هم مثل من هستید، جنبه دیداری بیانگر بخش مهمی از یادگیری بزرگسالان است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بیشتر اطلاعات ذخیره شده در ذهن افراد، از طریق چشم‌هایشان ثبت می‌شود. اگر حرفتان با عملتان در تضاد است، شنونده عمل را باور خواهد کرد. من از ۲۵ سال تجربه عملی فروش خود استفاده کرده و یک طرح دیداری از فرآیند فروش داخلی را طراحی کرده‌ام. البته اطلاعی از کتابهای دیگری که در این زمینه ارائه داده شده ندارم.

من این کتاب را با این قصد نوشتم که دانش و تجربه ذخیره شده

خود را با شما تقسیم کنم، شاید این کتاب کمکی باشد تا زندگی شما اندکی آسان شود. در حرفه خود خیلی زود متوجه شدم که به فروشنده‌گی گرایش زیادی دارم. بعد از اتمام درسم در دانشگاه تورنتو در سال ۱۹۷۷، با مؤسساتی نظیر «جی.ام. اشنايدر»^۱ و «گالف»^۲ به جستجوی عشق خود پرداختم. آنگاه هشت سال را در صنعت کامپیوتر با مؤسسات کنترل اطلاعات سپری کردم که پنج نفر از آنها مدیر فروش بودند.

در سال ۱۹۹۱، آنجا را ترک کردم تا شرکت آموزشی خود تحت عنوان راه‌حل‌های آموزش گسترده را تأسیس کنم. از آن به بعد، با شرکت‌های ملی و بین‌المللی کار کرده‌ام و هزاران حرفه‌ای را آموزش داده‌ام. من سبک خود را یک سرگرمی می‌دانم زیرا اعتقاد دارم که حوصله به شدت به آموزش و یادسپاری بزرگسالان کمک می‌کند. از شما دعوت می‌کنم تا از سایت اینترنتی ما دیدن کنید.

www.spectrain.com

این کتاب شما را به ابزاری معرفی می‌کند که من در تمام سمینارهای فروش خود از آن استفاده می‌کنم: مدل زنجیره‌ای فروش حرفه‌ای. مدل زنجیره‌ای طوری طراحی شده است تا از طریق راه‌حلی ساده به پرورش اعتماد به نفس و موفقیت بپردازد. تجارب نشان داده است که انتشار و تداوم هر محصولی از طریق تقاضای آن ارائه می‌شود.

این کتاب بیانگر قابلیت‌های آسان فرآیند فروش داخلی است. قدرت این مدل برپایه طرح و توسعه آن است که با کمک منابع بسیاری از جمله سالها فروش من در کنار خیابان انجام شده است. همکاری

1- J. M. Schneider

2- Gulf

فروشنندگان، عکس‌العمل هزاران فروشنده حرفه‌ای که در سمینارهایمان حضور داشته‌اند و مصاحبه با صدها مشتری کمک بزرگی برایم بوده است. من هنوز هم فروشنده هستم. همانند شما هر روز با مشکلات، شکست‌ها و لذت فروش حرفه‌ای سروکار دارم.

با این وجود هر تقاضای فروش شامل سریالی از فعالیتهای موقعیتی، منطقی و زنجیره‌ای است که شانس فروش را افزایش می‌دهد. فرآیند فروش شامل ده گام است که در فصل یک، گام ۱ و ۲ معرفی شده و فعالیتهای آماده‌سازی مهمی هستند، گام ۳ تا ۱۰ مربوط به مهارتهای شخصی و مهارتهای فروش خاص است. تمام ده گام با جزئیات در فصل‌ها توضیح داده شده است.

مدل زنجیره‌ای یک ترنند جدید فروش یا تکنیک آسان دیگری نیست تا بخواهد به مشتری حقه بزند. هر گام از این مدل، هنگام آموزش و استفاده، به شما ظرفیت وارد شدن به گام بعدی را اعطا می‌کند. این یک استراتژی فروش اثبات شده است که به وسیله مؤلفان واقعی تحت این عنوان تأیید می‌شود: مشتریان من.

هزاران کتاب در زمینه فروشنده‌گی در دسترس است که بیشتر آنها محدود به جنبه‌های فروش است. با این وجود شما می‌توانید به دنبال کتابهایی با این عناوین باشید: مهارتهای مذاکره، مهارتهای جستجو، فروش محدود و انبوهی از موضوعات مربوط به فروش از ابتدا تا پایان. من نمی‌گویم که کتابهای دیگر در زمینه فروش، ارزش ندارند بلکه بعضی از آنها بسیار هم خوب هستند. در واقع، من بعضی اوقات به کتابهای دیگر هم مراجعه می‌کنم بنابراین توصیه می‌کنم آنها را بخوانید و به کتابخانه خود اضافه کنید.

در این کتاب، هر جنبه از فرآیند فروش با جزئیات توضیح داده شده است. مسائلی از جمله مذاکرات فروش مؤثر و مهارت‌های زمان‌بندی. به این کتابها به عنوان منابع خود توجه کنید، منابعی که مهارت‌های جدید را معرفی می‌کنند.

به عنوان یک فروشنده حرفه‌ای موفق، شما باید مرتباً برای هر مزیت عقلانی مورد نیاز تحقیق و تفحص کنید. به بیان ساده‌تر: دستیابی بیشتر، یادگیری بیشتر.

سرمایه‌گذاری خود را توسعه دهید:

شش راهنما

برای گسترده کردن مفهوم مدل زنجیره‌ای فروش حرفه‌ای، شش مورد را پیشنهاد می‌کنم:

۱- تمام کتاب را بخوانید. این تنها راه برای درک کامل مفهوم مدل زنجیره‌ای است. همانطور که مطالب کتاب را می‌خوانید و پیش می‌روید، از خود بپرسید که چگونه می‌توانید هر گام مدل را در محدوده فروش خاص خود استفاده کرده و به کار برید. این کتاب برای تمام فروشندگان حرفه‌ای نوشته شده است. این کتاب دارای یک استراتژی است که می‌تواند به وسیله هر فروشنده‌ای برای فروش هر چیزی به هر مشتری استفاده شود.

در سال ۲۰۰۰، کمتر از ۱۵٪ از مردم امریکای شمالی این کتاب را خریداری کردند و کمتر از ۱۰٪ آنها واقعاً آن را مطالعه کردند. من حدس می‌زنم بیشتر افرادی که یک کتاب خودیار می‌خرند یک شغل تصفیه شده و تا حدی عقلانی را تجربه می‌کنند. مردم از

واقعیتی که خود کسب کرده‌اند احساس رضایت می‌کنند و با غرور آن را اجرا می‌کنند. اهداف آنها منحصر به فرد است اما به تنهایی قابل اجرا است.

البته، شما متفاوت هستید. به همین دلیل است که این کتاب در داستان شما است. به هر حال، به خاطر سرمایه‌گذاریتان تبریک می‌گویم.

۲- صبر داشته باشید، ناامید نشوید. یک دقیقه صبر کنید، این کتاب را کنار نگذارید. منظورم این است که تمام نظرات و استراتژی‌هایی که در مدل زنجیره‌ای است در محدوده فروشتان کاملاً به دردتان نمی‌خورد.

مدل زنجیره‌ای نشان‌دهنده بوفه‌ای از عقاید و نظرات است. بشقاب خود را با چیزهایی پر کنید که مناسب شما است. هر صنعتی منحصر به فرد است، بنابراین به شما پیشنهاد می‌کنم تا هر مرحله را به دقت امتحان کرده و فرض کنید که از آن استفاده کرده و آن را به کار می‌برید. اگر سه یا چهار عقیده‌ای که اعتماد به نفستان را افزایش می‌دهد مشخص کنید، سرمایه‌گذاریتان با ارزش می‌شود. تئوری من این است که ما یک نظر را در یک زمان خاص گسترش و توسعه می‌دهیم.

۳- شاید روش شما به این شکل نباشد، اما یک راه هوشمندانه است. مدل زنجیره‌ای ذهن شما را مشغول خواهد کرد و شما را ترغیب می‌کند تا به نقطه نظرات جدیدی در زمینه فروش دست یابید. تغییر، دشوار است. شما نیاز دارید تا عادات قدیمی را ترک کرده و به رفتارهای جدید روی آورید. برای دفاع از لیست مهارت‌های فروش

خود، خیلی عجله نکنید. می‌دانم که تسلیم تکنیک‌های جدید شدن بدون هیچ مقاومت و مخالفتی، اندکی مشکل است. با این وجود، از شما دعوت می‌کنم تا تمام جنبه‌های فروش خود را دوباره امتحان کنید. هدف من این است که فرآیند تفکر را تحریک کنم نه به عنوان یک اتفاق بلکه به عنوان پیچ و خم‌های یک روند آموزشی که دائماً در حال جریان است. به عنوان یک فروشنده حرفه‌ای، اغلب مجبوریم تا به همان اندازه که یاد می‌گیریم، آموخته‌هایمان را دوباره بیاموزیم.

آیا تا به حال متوجه شده‌اید که مشتریان ما در تغییر کردن چقدر ماهر هستند؟ آنها به دنبال شانس بزرگتر، بهتر، سریعتر، ارزانتر و... هستند. به نظر می‌رسد که هیچ مشکلی با این مسأله ندارند. مشکل ما چیست؟

به عقیده من محدوده‌های گروهی برای بیشتر تغییراتی که تجربه می‌کنیم، همانند کاتالیزور هستند. تجارت دائماً در حال تغییر است. من نمی‌گویم که استراتژیهای فروش خود را کاملاً تغییر دهید، بلکه مطمئن هستم که مهارتهای شما قابل پیشرفت هستند یا حتی می‌توانند با مهارتهای هوشمندانه‌تری جایگزین شوند. سخت کار کردن به اندازه هوشمندانه کار کردن قابل تقدیر نیست. با هوشمندی بفروشید نه این که سخت بفروشید.

۴- فصل‌هایی که می‌توانند به عنوان منابع فردی استفاده شوند. با وجود اینکه هر فصل بیانگر بخش کاملی از مدل زنجیره‌ای است، اما هر کدام از آنها را می‌توان به عنوان یک منبع کامل فرض کرد. شما برای رجوع به یک فصل خاص و تمرکز کردن بر روی جنبه خاصی

از فروش، آن را مفید و مثمر ثمر خواهید یافت.

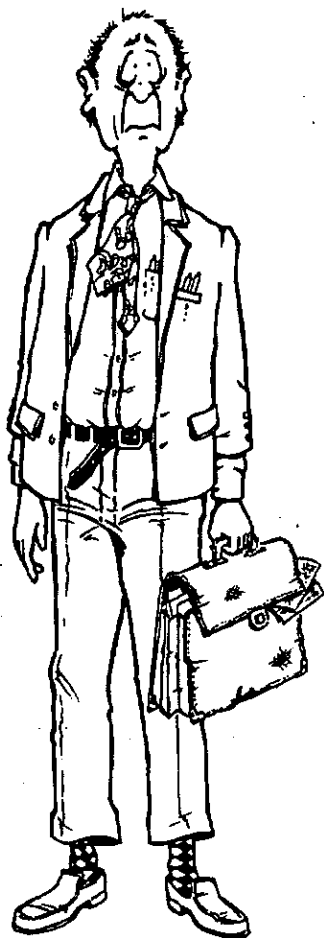
۵- این تنها یک کتاب نیست، بلکه یک منبع است. گاهی به آن رجوع کنید - آن را به عنوان جزئی از کتابخانه شخصی خود قرار دهید. فعالیتهای مورد نیاز را مشخص کنید - اینکه چطور به سرعت می‌توانیم به تجارب خود اضافه کنیم بسیار شگفت‌انگیز است. با وجود اینکه اطلاعات جدید گاهی اوقات مورد استفاده قرار می‌گیرند، ما به مسیر ساده‌تر باز می‌گردیم که همان عادات قدیمی ما است. هدف، آموزش تمرین است نه توانایی.

این شاهکار گرانبها را با مدیر خود تقسیم کنید: هیچ‌کس با یک بار حضور در سمینار یا تنها یک جلسه حضور در کلاس، توانمند نمی‌شود. یادگیری یک فرآیند زنجیره‌ای است نه یک حادثه. فروشنده‌گی مثل یک ورزش است، برای کسب مهارت در گلف، تنیس یا هر ورزش دیگری، باید تمرین کنیم. تمرین، تمرین. تنها تمرین است که باعث تکامل می‌شود. هیچ راه دیگری نیست (اگر راه بهتری سراغ دارید، من را هم خبر کنید).

۶- خودتان آن را بسازید. نسبت به مهارتهایی که در مدل زنجیره‌ای کسب می‌کنید، حس مالکیت داشته باشید و خوش بگذرانید. سادگی جالب است.

انصاف به معنای مالکیت است. شما می‌توانید عدالت و انصاف مالی داشته باشید اما همچنین به انصاف شخصی در مهارتهای فروش مدرن و حرفه‌ای هم نیاز دارید. با خواندن و به کار بردن استراتژی‌هایی که در این کتاب است، شما انصاف و اعتماد به نفس خود را در زمینه فروشنده‌گی افزایش می‌دهید.

وقتی با تمارین کتاب کار می‌کنید، حس اشتیاق شما نسبت به فروشنده‌گی دو برابر می‌شود. چه حرفه دیگری از نظر مالی برای شما پر بارتر است یا زندگی شما را تضمین کرده و برای تنظیم ساعاتتان به شما انعطاف می‌دهد؟ خارج از بحث ورزش، شایعه شده که فروشنده‌گی پردرآمدترین حرفه در امریکای شمالی است.



با دوست من «برین»^۱ آشنا شوید
مردم صبر و حوصله را
می‌ستایند و اینجا هیچ سؤالی برای
تأثیر این امر بر روی آموزش
بزرگسالان وجود ندارد. حوصله راه
ورود به سرزمین آموزش است. من
می‌خواهم به آن به عنوان «روغن
یادگیری» بنگرم. با این فکر در ذهن،
شما را به «برین» یک آدم بدشانس
به نظر افسرده که در این کتاب به ما
می‌پیوندد معرفی می‌کنم. «برین» به

ما کمک می‌کند که با جنبه‌های مضحک حرفه‌ای که در فراز و نشیبهای آن گیر می‌کنیم و نمی‌دانیم چه تصمیمی بگیریم آشنا شویم. ما می‌توانیم به دروسها و گرفتاری‌های او هنگامی که به دنبال حرفه فروش خود می‌گردد و برای خشنود کردن مشتری‌هایش سخت کار می‌کند، اتصال پیدا کنیم.

احکام «تیم»^۱

برای تشویق شما به فروشنده‌گی به صورت کارفرمایی، پیشنهاد می‌کنم تا به ۱۰ سؤال تولیدی توجه کنید. این سؤالات طوری طراحی شده‌اند که فعالیتهای روزانه شما را درگیر خود کرده و نقش فروش کارفرمایی را دربرمی‌گیرند. من این ۱۰ سؤال تولیدی را به عنوان «احکام تیم» در نظر می‌گیرم. در طول روز برای هدایت فعالیتهایتان از احکام تیم استفاده کنید. هنگامی که به استراتژی‌های مدل زنجیره‌ای تسلط پیدا می‌کنید به حس جدیدی از اعتماد به نفس و رضایت شخصی دست می‌یابید که اشتیاق شما را در مورد یکی از صحیح‌ترین و پرازش‌ترین حرفه‌ها که همان فروشنده‌گی است، افزایش می‌دهد. وقتی کم‌کم مراحل را پشت سر می‌گذارید در لابه‌لای کتاب «احکام تیم» را گنجانده‌ایم که شما را راهنمایی می‌کند.

1- Tim