

پیگیری کن

چگونه مشتری احتمالی خود را در

بازاریابی شبکه‌ای دنبال کنید

تام «آل بزرگ» شرایتر

علی یزدان شناس



نشر پارسیان

سرشناسه	: شرایتر، کیت Schreiter, Keith
عنوان و نام پدیدآور	: پیگیری کن، چگونه مشتری احتمالی خود را در بازاریابی شبکه‌ای دنبال کنید/ تام شرایتر [صحیح: کیت شرایتر، تام شرایتر؛ ترجمه‌ی علی یزدان‌شناس]
مشخصات نشر	: تهران: نشر پارسینه، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۶ ص.
شابک	: 978-600-7369-59-3
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: How to follow up with your network marketing prospects: turn not now into right now!
موضوع	: بازاریابی چندسطحی Multilevel marketing
موضوع	: بازاریابی مستقیم Direct marketing
نسخه افزوده	: شرایتر، تام Schreiter, Tom
شناسه خزوده	: یزدان‌شناس، علی، ۱۳۶۷ - مترجم
بندی کنگره	: ۸۱۳۹۵ ج ۴۴ ش ۱۲۶/ HF۵۴۱۵
رده بندی دیو	: ۸۷۲/۶۵۸
شماره کتابخانه ملی	: ۴۳۶۱۱۶۵



پیگیری کن

چگونه مشتری احتمالی خود را در بازاریابی شبکه‌ای دنبال کنید

نوشته‌ی: تام «ال بزرگ» شرایتر

ترجمه‌ی: علی یزدان‌شناس

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵ - تیراژ: ۵۰۰ نسخه

ناشر: پارسینه

حروف‌نگاری: آبان گرافیک

شابک: ۳-۵۹-۷۳۶۹-۶۰۰-۹۷۸

قیمت: ۸۵۰۰ تومان

مراکز پخش: تهران - خیابان ۱۲ فروردین - کوچه بهشت آیین - شماره ۳۴ طبقه اول

تلفن: ۶۰ ۱۸ ۴۶ - ۸۵ ۸۸ ۹۶ - ۶۶ ۹۱۲۱۲۴۴۹۷۱

اصفهان - آمادگاه - کوی سوره - پخش کتاب سوره

تلفن: ۰۸ ۲۲ ۲۳ ۳۲ - ۳۲ ۲۳ ۲۷۷۳۸۷

فهرست مطالب

۷	 مقدمه
۹	 ۱: افسانه یا بی کفایتی
۱۷	 ۲: اثر «تکرار بیلپورد»
۲۱	 ۳: اثر «تفکیک در بازار»
۲۵	 ۴: اثر «رژه‌ی متحرک»
۳۱	 ۵: داستان جی
۳۵	 ۶: پیگیری واقعی چیست
۳۹	 ۷: فیلم‌تان را بسازید
۴۳	 ۸: وقتی که مشتریان به پیشنهاد شما جواب منفی می‌دهند
۴۹	 ۹: من باید دوباره به این موضوع فکر کنم
۵۹	 ۱۰: گوش کردن برای یافتن سرنخ‌ها
۶۵	 ۱۱: برای به تعویق انداختن کارها، مهارت نداشته باشید

- ۱۲: ترس از تلفن، واقعی است ۶۹
- ۱۳: تکنیک‌های پیگیری بدون جواب منفی ۷۷
- ۱۴: حرفه‌ای باشید ۸۱
- ۱۵: درگیری لفظی ۸۵
- ۱۶: چگونه اعتماد به نفس بیشتری در برابر مشتری داشته باشیم ۸۹
- ۱۷: شما در مرکز جهان نیستید ۹۳
- ۱۸: راه حل خواستگاری ۹۹
- ۱۹: پیگیر خودکار ۱۰۵
- ۲۰: پیگیری بزره، بدون جواب منفی ۱۱۳
- ۲۱: منحصر به فرد باشید ۱۱۹
- ۲۲: کارت پستال مورد توجه قرار می‌گیرند ۱۲۳
- ۲۳: ثبت پیگیری ۱۲۹
- خلاصه ۱۳۱
- پیشنهاد رایگان ۱۳۳
- درباره نویسنده ۱۳۵

معمولاً از زبان مشتریان مان این جملات را می‌شنوید:

- «باید دوباره در مورد این موضوع فکر کنم.»
- «الان زمان مناسبی برای انجام این کار نیست.»
- «واقعاً مشغله‌ی زیادی دارم.»
- «الان نه، شاید بعداً.»

البته افراد حق دارند، به‌طور مؤدبانه به ما بگویند که علاقه‌ای به این کار ندارند، چرا که آن‌ها مشتری‌های احتمالی هستند، این‌طور نیست؟! به‌طور

قطع آن‌ها هم به چنین فرصتی علاقه‌مند هستند، اما علت یا دلیلی آن‌ها را به عقب می‌رانند.

شاید آن‌ها از گرفتن تصمیمات عجولانه می‌ترسند؟ شاید آن‌ها با ما احساس راحتی نمی‌کنند؟ شاید در جلسه معرفی فرصت کاری، اطلاعات زیادی به آن‌ها داده‌ایم؟

دلیل آن هرچه که باشد، باید مشتری‌هایمان را پیگیری کنیم. از پیگیری کردن نترسید، احساس گناه یا استرس نکنید، نباید از این‌که مشتری‌ها را پاسخ به تماس‌های ما طفره می‌روند، ناراحت شویم. پیگیری، سبب به معنای آن است که گفت‌وگوی عالی با مشتری‌هایمان داشته باشیم. آن‌ها مشتاقانه منتظر تماس ما باشند. باید همیشه با آنان در ارتباط باشیم. اگر به دردت نیاز بتوانند راحت‌تر به ما در دسترسی داشته باشند.

به‌نظر جالب می‌رسد، شما می‌توانید با استفاده از تکنیک‌های این کتاب، نظر مشتریان‌تان را از «الان نه» به «همین الان» تغییر دهید.

کتاب «ال بزرگ» شرایتر