

فروشنده یک دقیقه‌ای

دکتر اسپنسر جانسون - لاری ویلسون

ترجمه فریال موسوی - کامیار طریقی

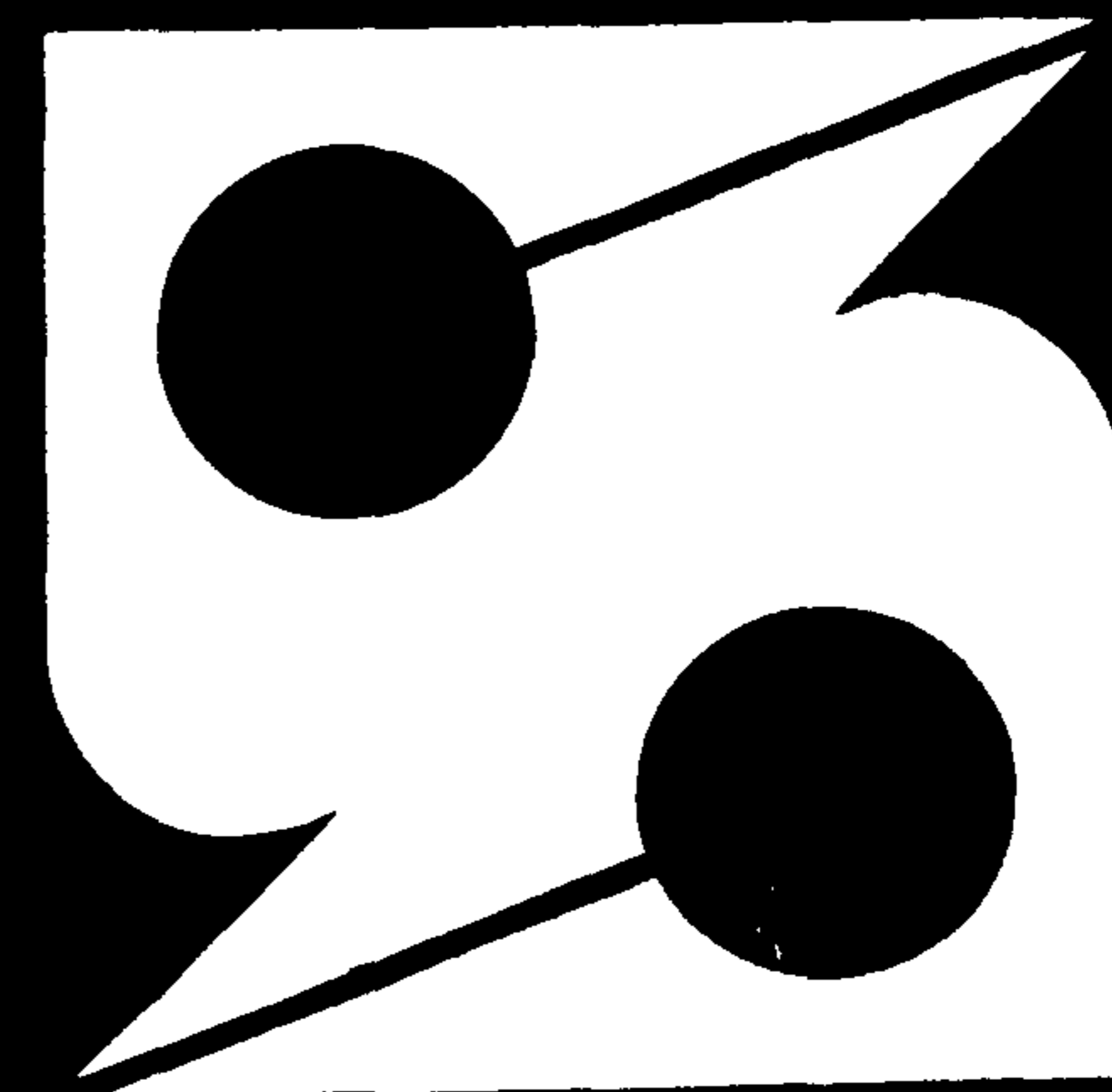


ادارات فروش می‌باشد که در رشته‌های گوناگون صنعتی فعالیت دارند.

چکیده‌ای از کتاب:

سریعترین راه برای فروختن عبارت است از کمک و یاری کردن صمیمانه مردم تا اینکه آنها پی ببرند چگونه چیزی بخرند تا با خواسته واقعی شان مطابقت داشته باشد. با پی بردن به این نکته است که سرانجام با شما وارد معامله خواهند شد؛ همینطور فروشنده موفق باید بداند که چه چیزهایی احتمالاً مانع از خریدن مشتری می‌شود. معمولاً ترس مشتری سبب عدم شتاب وی در خرید می‌گردد. در چنین شرایطی اعتقاد بر این است که باید عملیاتی را که با حداقل مخاطره همراه بوده و منجر به کسب حداکثر موفقیت می‌گردد به آنها پیشنهاد شود. فروشندگان خُبره این کار را هر روز با تضمین بازگشت پول (Money back guarantee) یا دوره استفاده آزمایشی رایگان (Free Trial Period) یا ارائه نمونه کوچک کالاها

معرفی کتاب



نام کتاب: فروشنده یک دقیقه‌ای

نویسندگان: دکتر اسپنسر جانسون - لاری ویلسون

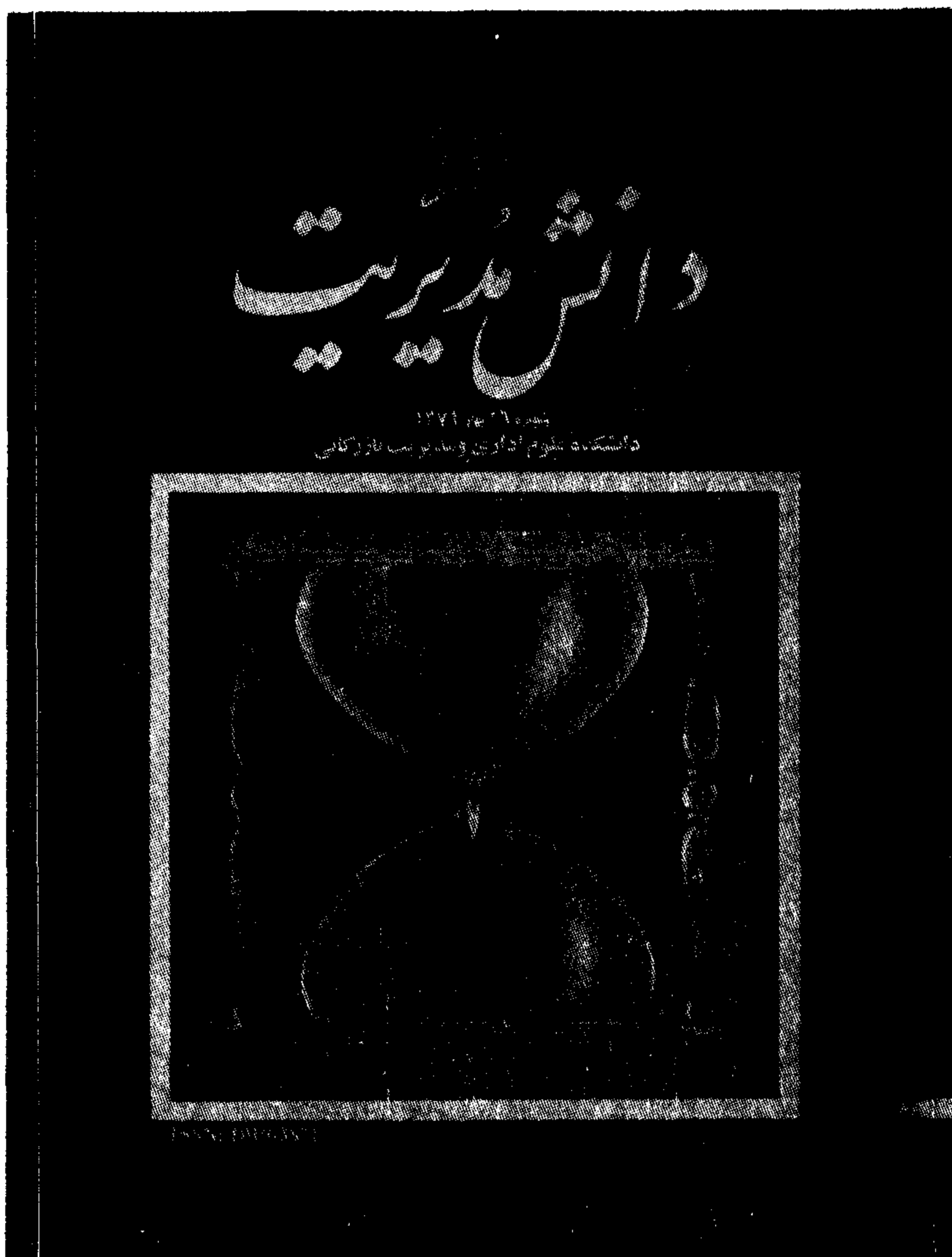
مترجمین: فریال موسوی - کامیار طریقی

چاپ اول: ۱۳۷۰ - مؤسسه انتشاراتی مشعل

تیراژ: ۳۰۰۰ نسخه - ۱۳۹ صفحه

قیمت: ۱۲۰۰۰ ریال

این کتاب که به تازگی منتشر شده است اصولی در زمینه مدیریت فروش، روان‌شناسی و مسائل اجتماعی و اقتصادی را در قالب یک داستان به خواننده عرضه می‌کند. کتاب مطالبی را طرح می‌کند که نه تنها به کار بردن آنها بسیار ساده است بلکه موجبات موفقیت در کارها را نیز فراهم می‌سازد. فروشنده یک دقیقه‌ای فرد باتجربه‌ای است که در داستان کوتاه خود، رازهای موفقیت خود را یکی پس از دیگری بیان می‌کند که چکیده‌ای از تجربیات، نگرشها و اندرزهای موفق‌ترین فروشندگان، مدیران بازاریابی و



(Small sample) یا ارائه مرحله‌ای کوتاه از کار یا خدمات مورد عرضه (Small step) انجام می‌دهند، زیرا تا قبل از اینکه مشتریان اقدام به خرید کنند از نتیجه عمل خود مطلع شوند، وقتی که کمترین احتمال مخاطره برای یک فرد با بهترین پیامدهای ممکنه همراه گشت آنگاه از حالت عدم شتاب به حالت شتاب برای خرید در می‌آید.

فروشنده موفق در طول فرایند فروش باید به موانعی که مردم در دستیابی به نیازهایشان دارند آگاهی داشته باشد این موانع عبارتند از: بی اعتمادی، عدم احساس نیاز، عدم علاقه به کمک کردن و نداشتن حالت شتاب و ... با کمک روشهای فروش بانیت خیر باید در مردم ایجاد اعتماد کرد، با طرح سؤالاتی درباره آنچه دارند و آنچه می‌خواهند داشته باشند نیاز آنها را تعیین کرد و مطابق با نیازهایشان به آنها کمک کرد تا به آنچه می‌خواهند داشته باشند دست یابند.

سرفصلهای عمده‌ای که در کتاب طرح شده است شامل فرد فروشنده یک دقیقه‌ای، دقایق مهم پیش از فروش، دقایق مهم در طی فروش، دقایق مهم بعد از فروش، اهداف من در فروش، تمجید و سرزنش کردن خودم، توضیحات فروشنده یک دقیقه‌ای، فروشنده یک دقیقه‌ای جدید و ... می‌باشد.

در پایان ضمن آرزوی توفیق بیشتر برای مترجمین کتاب به یک نکته اشاره می‌شود که عنوان کتاب چندان مانوس با ادبیات ما نیست اگر چه برگردان تحت اللفظی اصل خارجی آن می‌باشد ولی استفاده از واژه‌هایی مثل فروشنده موفق برای عنوان کتاب مناسب تر به نظر می‌رسد.

سرمقاله

مشکلات کلان و راه حلهای خرد منظومه

اداری جمهوری اسلامی ایران محمد حسین لطیفی

رشته‌های مدیریت و حسابداری

درآیین آزمون محمد حسین پورکاظمی

نقش ادب در عرصه مدیریت و رهبری

چگونه ایده‌های بد به درون شرکتهای

خوب نفوذ می‌کند؟ ترجمه: فریدون بکایی

زنجیرهای مارکوف در مدیریت

ایده‌های نو در رهبری رضا راعی

(هر کارسند یک رهبر ...)

دکتر منوچهر حاضر

لیبرالیسم در مدیریت علی دیوانداری

چرا کارکنان سازمان را ترک می‌کنند

کامیابی فرا خود ترجمه: مصطفی قاضی زاده

تأملی بر واژه‌های تخصصی (۱) دکتر علی رضائیان

مطالعه موردی محک نظریه‌ها دکتر حسن میرزایی اهرنجانی

در عرصه عمل (۴) قاسم انصاری رنانی

بررسی اثرات استقرار واحدهای

تولیدی در شهرکهای صنعتی حمیدرضا احدی

معرفی کتاب (مدیریت عملیات)

راهنمای تنظیم مقالات

خلاصه مقالات به زبان انگلیسی

