

چاپ پانزدهم



برایان تریسی

نویسنده کتاب فورباغه را بخورا

روانشناسی فروش

چگونه بیشتر، آسان تر و سریع تر از

آنچه تصور می کردید فروش خود را افزایش بدهید

مهدی قراچه داغی



Tracy, Brian	تربیتی، برایان، ۱۹۴۴ - م	سرشناسه:
	روان‌شناسی فروش: چگونه بیشتر، آسان‌تر و سریع‌تر از آنچه تصور می‌کردید فروش خود را افزایش دهید / برایان تربیتی؛ ترجمه مهلی قراچه‌داغی.	عنوان و نام پدیدآور:
	تهران: ذهن آویز، ۱۳۹۵.	مشخصات نشر:
	۲۵۶ ص.	مشخصات ظاهری:
	978-964-7390-82-8	شابک:
		وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
The psychology of selling: how to sell more, easier, and faster than you ever thought possible c 2004.		یادداشت: عنوان اصلی:
	کتاب حاضر در سالهای مختلف توسط مترجمان مختلف و ناشران مختلف ترجمه و منتشر شده است.	یادداشت:
	۱. فروشنده‌گی - جنبه‌های روانشناسی. ۲. فروشنده‌گی - دستنامه‌ها.	موضوع:
	قراچه‌داغی، مهلی، ۱۳۲۶ - ، مترجم.	شناسه افزوده:
	HF ۵۴۳۸ / ۸ / ۹ ت ۴ ۱۳۸۸	رده‌بندی کنگره:
	۶۵۸ / ۸۵۰۱۹	رده‌بندی دیویی:
	۱۱۷۳۰۹۷	شماره کتابشناسی ملی:

این کتاب ترجمه‌ای است از:

THE PSYCHOLOGY OF SELLING

How To Sell More, Easier, And Faster

Than You Ever Thought Possible

by

Brian Tracy

Thomas Nelson, Inc., U.S.A., 2004

ویراستار: بهاره فیروزه

آماده‌سازی و اجرا: پژمان آرایش

ناظر فنی: عبدالله علیزاده هرسینی

چاپ پانزدهم: پاییز ۱۳۹۵

شمار نسخه‌های این چاپ: ۳۰۰۰

حق چاپ برای نشر ذهن آویز محفوظ است

چاپ و صحافی: پیکان

مرکز پخش: مؤسسه گسترش فرهنگ و مطالعات

تلفن و دورنگار: ۷۷۳۵۴۱۰۵

آدرس اینترنتی: www.gbook.ir

قیمت: ۱۴۰۰۰ تومان

فهرست

پیشگفتار (پیشگفتار از دکتر عیسی جلالی)	هفت
مقدمه	۱
۱. بازی درونی فروش	۹
۲. هدفهای فروش را مشخص کنید و برای تحقق آنها قدم بردارید	۵۳
۳. چرا مردم خرید می‌کنند	۶۹
۴. فروش خلاق	۱۰۵
۵. قرار ملاقات بیشتر	۱۳۱
۶. قدرت تلقین و وضع ظاهر	۱۵۷
۷. فروش کردن	۱۷۷
۸. ۱۰ اقدام مهم برای موفق شدن در فروش	۲۱۹

بازی درونی فروش

آنچه را که می خواهید، در ذهن تصور کنید.
آن را ببینید، لمس کنید و باور کنید.
پیش طرح ذهن خود را تهیه کنید و به ساختن پردازید.
— رابرت کولیر

تا فروشی صورت نگیرد، اتفاقی نمی افتد. فروشندگان از جمله مهم ترین مردم اجتماع هستند. بدون فروش، تمام جامعه در سکون و سکوت فرو می رود. آفرینندگان واقعی ثروت در جامعه واحدهای تجاری و بازرگانی هستند. واحدهای تجاری همه تولیدات و خدمات را تولید می کنند. واحدهای تجاری همه سود و ثروت را خلق می کنند. مؤسسات اقتصادی حقوق و منافع همه را می پردازند. سلامتی جامعه تجاری و اقتصادی در هر شهر، استان و کشور تعیین کنندگان اصلی کیفیت زندگی و استاندارد زندگی مردم در هر منطقه جغرافیایی هستند.

شما مهم هستید

فروشندگان حیاتی ترین اشخاص در هر فعالیت اقتصادی هستند. بدون اینکه

فروشی در کار باشد، بزرگ‌ترین و پیچیده‌ترین شرکتها متلاشی می‌شوند. فروش در اقتصاد و بازار آزاد در حکم شمع موتور اتومبیل است. رابطه مستقیمی میان موفقیت جامعه فروش و موفقیت تمام کشور وجود دارد. هرچه سطح فروش شاداب‌تر و مرتعش‌تر باشد، صنعت به همان اندازه با موفقیت و سودمندی بیشتری روبه‌رو می‌گردد.

فروشنندگان هزینه همه مدارس، بیمارستانها، مؤسسات خیریه خصوصی و دولتی، کتابخانه‌ها، پارکها و همه چیزهای حیاتی در جامعه را تأمین می‌کنند. فروشنندگان - با فروشی که می‌کنند و سود و مالیاتی که در شرکتها موفق شکل می‌گیرد - همه هزینه‌های دولتی، هزینه‌های رفاهی، بیمه بی‌کاری، امنیت اجتماعی و چیزهای دیگر را تأمین می‌کنند. فروشنندگان برای طرز زندگی شما یک ضرورت هستند.

فروشنندگان حرکت‌ساز و شکل‌دهنده‌اند

پرزیدنت کلورین گولیک زمانی گفت: «کار امریکا تجارت است.» وقتی به اغلب روزنامه‌های مهم کشور نگاه کنید، می‌بینید تقریباً هر مطلبی که می‌نویسند با فروش رابطه دارد. تمام بازارهای مالی، و از جمله قیمت اوراق بهادار، قیمت سهام و قیمت همه کالاها و نیز نرخ بهره با فروش در رابطه‌اند. شما به عنوان یک فروشنده حرفه‌ای حرکت‌ساز و شکل‌دهنده جامعه هستید. تنها سؤالی که باقی ماند این است که فروش شما از چه کیفیتی برخوردار است؟

تا سالها، فروش یک فعالیت با اهمیت درجه دوم به حساب می‌آمد. خیلیها از اینکه بگویند در کار فروش هستند خجالت می‌کشیدند. تعصبی عمومی علیه فروشنندگان وجود داشت.

بهترین شرکتها

اما این موقعیت به سرعت تغییر می‌کند. امروزه، بهترین شرکتها آنهایی هستند که بهترین فروشندگان را در اختیار دارند. بعد از آنها دومین بهترین شرکتها، دومین بهترین فروشندگان را در اختیار دارند. موفق‌ترین سازمانها در جهان آنهایی هستند که فروشندگانی عالی و کم‌نظیر در اختیار دارند.

امروزه، صدها دانشگاه دوره‌های فروش حرفه‌ای را برگزار می‌کنند و این در مقایسه تنها با چند سال قبل تغییر بزرگی است. بسیاری از جوانها پس از ترک دانشکده، به شرکتهای بزرگ می‌پیوندند تا در بخش فروش قرار بگیرند. اغلب مدیران ارشد و مدیران عامل شرکتهای فورچون ۵۰۰ از میان فروشندگان شرکتها انتخاب می‌شوند.

اغلب مدیران ارشد و مدیران عامل شرکتهای فورچون ۵۰۰

از میان فروشندگان شرکتها انتخاب می‌شوند.

امروز، بزرگ‌ترین و قدرتمندترین زن بازرگان امریکا کارلی فیورنا، مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره هیولت پکارد است. او پس از اخذ مدرک تاریخ قرون وسطی از استانفورد، در بخش فروش شرکت ای تی اند تی شروع به کار کرد و بعد راه خود را به موقعیت فعلی اش گشود. پت مالکی، مدیرعامل شرکت زیراکس، هم از بخش فروش شروع کرد. بسیاری از مدیران عامل شرکتهای فوق موفق کارشان را از بخش فروش شروع کردند.

درآمد بالا و امنیت شغلی

می‌توانید از اینکه یک فروشنده حرفه‌ای باشید به خود ببالید. توانایی شما در فروش می‌تواند درآمدی در سطح بالا و امنیت شغلی برای تمام عمر به شما ببخشد. بدون توجه به اینکه در اقتصاد چه تغییراتی به وجود می‌آید، همیشه به فروشندگان سطح بالا نیاز است. بدون توجه به اینکه چند مؤسسه و چند شرکت از گردونه رقابت خارج می‌شوند، فروشندگان خوب همیشه طرفداران خود را دارند. با عالی شدن در کار فروش، می‌توانید به همه هدفهای مالی‌ای که برای خود تعیین کرده‌اید، برسید.

هفتاد و چهار درصد میلیونرهای خودساخته در امریکا، کارفرما هستند. اینها کسانی هستند که برای خودشان کار می‌کنند. آنها در مورد تولیدات و خدمات به ایده‌هایی دست پیدا می‌کنند که کس دیگری آن را پیشنهاد نمی‌کند. این‌گونه برای خودشان شروع به کار می‌کنند و در میان کارفرمایان مهم‌ترین مهارت برای دستیابی به موفقیت توانایی فروش کردن است. هر مهارت دیگری را نمی‌توان از سایرین به خدمت گرفت، اما توانایی فروش کردن عامل تعیین‌کننده‌ای است که شکست یا موفقیت شرکت را رقم می‌زند.

پنج درصد میلیونرهای خودساخته در امریکا فروشندگانی هستند که تمام عمر برای شرکتهای دیگر کار کرده‌اند. فروشندگان امروزه در شمار پردرآمدترین مردم هستند. فروشندگان اغلب درآمدشان از دکترها، حقوقدانان، آرشیتکتها و مدیرانی که مدارک دانشگاهی دارند بیشتر است.

فروش حرفه پردرآمدی است. در فروش سقفی برای درآمد شما وجود ندارد. اگر به درستی آموزش دیده باشید، اگر از مهارت کافی برخوردار باشید و اگر محصول مناسبی را در بازاری مناسب به فروش برسانید، حد و حدودی برای درآمدی که به دست می‌آورید وجود نخواهد داشت. فروش تنها حوزه

فعالیتی است که می‌توانید در آن با مهارت یا آموزش اندک شروع کنید، می‌توانید از زمینه‌های مختلف باشید و در مدت سه تا دوازده ماه به زندگی باشکوه برسید.

قانون ۸۰ به ۲۰ در فروش

وقتی من کار فروش را شروع کردم، کسی درباره اصل پارتو با من حرف زد. اصل پارتو به قانون ۸۰ به ۲۰ نیز مشهور است. او به من گفت: «۲۰ درصد فروشندگان، ۸۰ درصد درآمد را به خود اختصاص می‌دهند و ۸۰ درصد بعدی تنها ۲۰ درصد درآمد را ایجاد می‌کنند.»

به راستی که عجیب است! من جوان بودم که این را شنیدم. چشم و گوشم را باز کرد. تصمیمی گرفتم. تصمیم گرفتم که در جمع ۲۰ درصد باشم. بعداً متوجه شدم که این یکی از مهم‌ترین تصمیماتی بوده که زندگی مرا دگرگون کرده است.

بگذارید تکرار کنم، ۲۰ درصد بالاتر نیروی فروش ۸۰ درصد فروش و ۸۰ درصد درآمد را به خود اختصاص می‌دهند. ۸۰ درصد بعدی فروشندگان تنها ۲۰ درصد فروش را به خود اختصاص می‌دهند. هدف شما باید این باشد که تصمیم بگیرید در جمع ۲۰ درصد قرار بگیرید و بعد برای رسیدن به این موقعیت آموزشهای لازم را ببینید.

اصل پارتو در مورد ۲۰ درصد سطح بالای نیروی فروش صدق می‌کند. این قانون می‌گوید ۲۰ درصد از ۲۰ درصد نیروی سطح بالای فروش، یعنی ۴ درصد نیروی فروش ۸۰ درصد فروش این ۲۰ درصد آخر را به خود اختصاص می‌دهد. به عبارت دیگر، از هر صد نفر چهار یا پنج نفر درآمدشان به اندازه مجموع سایر فروشندگان است.

هرگز نگران پول نشوید

دلیل بسیار خوبی برای پیوستن به ۲۰ درصد بالا و بعد از آن قرار گرفتن در ۴ درصد گروه برتر وجود دارد: اگر این کار را بکنید، دیگر نگران پول یا امنیت شغلی خود نخواهید شد. دیگر از بیم بی‌کار شدن خواب را بر خود حرام نمی‌کنید. کسانی که در جمع ۲۰ درصد هستند از جمله خوشبخت‌ترین مردم جامعه محسوب می‌شوند.

از سوی دیگر، کسانی که در جمع ۸۰ درصد قرار دارند نگران پول هستند. یکی از تراژدی‌های بزرگ جامعه این است که اکثریت افراد آن اغلب نگران پول هستند. آنها با اندیشیدن به پول از خواب بیدار می‌شوند. در تمام مدت روز به پول فکر می‌کنند و چون شب به خانه می‌آیند اغلب درباره پول حرف می‌زنند. این روش مناسبی برای زندگی کردن نیست.

اشخاص واقع در سطح بالا درآمد بسیار بیشتری دارند

اشخاصی که در ۲۰ درصد اول قرار دارند، شانزده بار از متوسط کسانی که در ۸۰ درصد پایین قرار دارند پردرآمدتر هستند. اشخاصی که در ۴ درصد بالاتر قرار دارند شانزده برابر کسانی درآمد دارند که در جمع ۲۰ درصد پایین جمعیت هستند. این به واقع حیرت‌انگیز است!

چند سال قبل یکی از شرکتهای بزرگ بیمه این قاعده ۸۰ به ۲۰ را در مورد چندین هزار عامل خود در سرتاسر آمریکا آزمون کرد. آنها به این نتیجه رسیدند که بعضی از فروشندگان بیمه به اندازه بیست تا سی نفر فروشنده دیگر فروش می‌کنند. و این در حالی بود که همه آنها محصول واحدی را می‌فروختند. قیمت برای همه آنها یکسان بود. در شرایط رقابتی واحدی نیز قرار داشتند.

در همان سال، من روی دو گروه از نخبگان در دو صنعت متفاوت بررسی کردم. همه این افراد روزگاری بسیار کم درآمد بودند. همه آنها بر اساس دریافت حق العمل فروش کار می کردند. اما درآمد سالانه آنها در یک گروه ۸۳۳,۰۰۰ دلار در سال و در گروه دیگر ۸۵۰,۰۰۰ دلار بود. بعضی از افراد برجسته این دو گروه چندین میلیون دلار درآمد سالانه داشتند که همه را از طریق دریافت حق العمل فروش به دست می آوردند.

بنابراین هدف شما باید این باشد که ابتدا در جمع ۲۰ درصد اول و بعد از آن در ۱۰، ۵ و ۴ درصد قرار بگیرید. هدف این کتاب این است که شما را در این موقعیت قرار بدهد. هدف این است که شما را از جایی که امروز قرار دارید، به جایی که دوست دارید برساند. هدف این است که شما یکی از پردرآمدترین افراد در صنعت خود بشوید.

حاشیه پیروزی

اگر ۲۰ درصد بالای فروشندگان در یک صنعت ۸۰ درصد درآمد را به جیب می زنند و ۲۰ درصد از شرکتهای برجسته در یک صنعت ۸۰ درصد سود موجود در آن صنعت را نصیب خود می کنند، کدام ویژگی در این افراد و سازمانها وجود دارد که این تفاوت عظیم را امکان پذیر ساخته است؟ جواب این است که این اشخاص و سازمانها حاشیه پیروزی را در زمینه های کاری خود ایجاد کرده اند.

این یکی از مهم ترین مفاهیم در زمینه مدیریت و فروش در قرن بیست و یکم است. این اصل می گوید: «تفاوتهای کوچک و جزئی در توانمندیها و قابلیتها می تواند تفاوتهای عظیم در نتایج ایجاد کند.» تفاوت میان اشخاص واقع در سطح بالا و اشخاص معمولی و متوسط، تفاوت عظیم در استعدادها و توانمندیهای آنها

BRIAN TRACY

*The Psychology
of Selling*

ISBN: 978-964-7390-82-8



9 789647 390828