

کتابخانه موفقیت
برایان تریسی

فروش موفق

برایان تریسی

ترجمه: ژان بقوسیان
بنفشه عطرسائی

2015



تکنیک‌هایی کاربردی برای قرار گرفتن در رده فروشندگان برتر

فهرست مطالب

۶	مقدمه
۱۱	۱. در اصول اولیه ممتاز شوید
۱۷	۲. حفظ اشتیاق
۲۵	۳. مهارت‌های مدیریت فردی: بازی درونی
۳۱	۴. مهارت‌های مدیریت فردی: بازی بیرونی
۳۹	۵. کسب دانش عالی درباره محصول
۴۳	۶. تحلیل رقبا
۴۹	۷. ایجاد مزیت رقابتی
۵۵	۸. ساخت استراتژی فروش موثر
۶۱	۹. جذب حرفه‌ای مشتریان
۶۷	۱۰. ارزیابی خریداران احتمالی
۷۳	۱۱. عامل دوستی
۷۹	۱۲. سه کلید قانع کردن افراد
۸۳	۱۳. ارائه فروش موثر
۸۷	۱۴. قدرت تلقین
۹۱	۱۵. ایجاد اعتبار کلان
۹۷	۱۶. پاسخ به اعتراضات
۱۰۳	۱۷. از مشتری بخواهید اقدام کند
۱۰۹	۱۸. ارائه خدمات عالی به مشتریان
۱۱۵	۱۹. حفظ دائمی مشتریان
۱۲۱	۲۰. مدیریت موثر زمان
۱۲۵	۲۱. هیچ محدودیتی وجود ندارد!

من از ۱۰ سالگی در کار فروش بودم یعنی از زمانی که برای گذران زندگی و درآوردن خرج کمپ تاپستانه آن سال، صابون «روزامیل» می‌فروختم. از آن زمان به بعد مطالعات فراوانی داشتم، کتاب‌های بسیاری خواندم و سعی کردم مطالب بیشتری درباره فروش بیاموزم زیرا می‌خواستم در این کار موفق باشم، درست همان‌طور که شما می‌خواهید. در ابتدای کار از خود می‌پرسیدم «چرا بعضی فروشندگان از سایرین موفق‌ترند؟»

چرا بعضی فروشندگان سریع‌تر و ساده‌تر پول به دست می‌آورند و بیشتر می‌فروشند؟ چرا موفقیت بیشتری کسب می‌کنند، سودهای مادی بیشتری مثل اتومبیل، خانه و لباس‌های زیبا به دست می‌آورند و رضایت بیشتری از شغل خود دارند، درحالی‌که اکثر فروشندگان موفق نیستند و عملکرد ضعیفی دارند؟

اصل اول

آن هنگام بود که با قانون معروف ۸۰/۲۰ که به اصل پارِتو معروف است،

آشنا شدم. این قانون می‌گوید ۲۰ درصد فروشندگان ۸۰ درصد فروش را انجام می‌دهند. در نتیجه ۸۰ درصد فروشندگان فقط ۲۰ درصد فروش را انجام می‌دهند. وقتی این اصل را آموختم، تصمیمی گرفتم: عهد کردم هر چه در توان دارم انجام دهم تا جزو آن ۲۰ درصد برتر باشم و همین‌طور هم شد. چند سال پیش، یک شرکت بزرگ بیمه با هزاران کارگزار تصمیم گرفت که اعتبار قانون ۸۰/۲۰ را در درآمد و فروش خود بسنجد. آن شرکت داده‌های فروش و درآمد همه کارگزارانش را به کامپیوتر داد و دریافت که این قانون درست است. ۲۰ درصد کارگزاران، ۸۰ درصد فروش را انجام می‌دادند. سپس از مدیران شرکت پرسیدند که نقش این قانون در درآمد سالانه‌شان چیست. آن‌ها دریافتند که ۲۰ درصد برتر کارگزاران به طور میانگین ۱۶ برابر ۸۰ درصد دیگر درآمد کسب می‌کنند. آیا معنی‌اش این بود که آن ۲۰ درصد ۱۶ برابر بهتر، باهوش‌تر یا شایسته‌تر از ۸۰ درصد دیگر بودند؟ پاسخ واضح است: هیچ‌کس ۱۶ برابر بهتر و باهوش‌تر از شخص دیگری نیست. برخی در طی زمان، در موارد خاصی کمی بهتر از دیگران هستند.

۲۰ درصد برتر در گروه ۲۰ درصد

همچنین آن‌ها ۴ درصد برتر کارگزاران یعنی ۲۰ درصد برتر در ۲۰ درصد را بررسی کردند و درآمد آن‌ها را با فروش و درآمد ۸۰ درصد نخست مقایسه کردند. آن‌ها دریافتند که این ۴ درصد به طور میانگین ۳۲ برابر آن ۸۰ درصد درآمد کسب می‌کنند. در گام بعدی ۰.۸ درصد کارگزاران برتر (۲۰ درصد از ۴ درصد برتر) را بررسی کردند و دریافتند که این گروه نخبه به طور میانگین پنجاه برابر ۸۰ درصد اول درآمد کسب می‌کنند.

در هر شهر یا دفتر بزرگ فقط یک نفر بود که درآمدش پنجاه برابر افرادی بود که همان محصولات را با همان قیمت، تحت شرایط رقابتی یکسان در همان اداره به همان مشتریان می‌فروختند. وقتی یک فروشنده معمولی با

دریافت کمیسیون، سالانه ۳۰ هزار تا ۴۰ هزار دلار درآمد داشت، ۱۰ درصد افراد برتر آن حوزه درآمدی بیش از ۸۰۰ هزار دلار در سال داشتند و درآمد بعضی‌ها به میلیون می‌رسید.

تصمیم بگیرید

با توجه به این اختلاف باورنکردنی در فروش و درآمد، هدف هر فروشنده در هر حوزه باید این باشد که به جرگه ۲۰ درصد افراد برتر صنعت خود بپیوندد. ۲۰ درصد برتر همیشه خوب می‌فروشند، زندگی بهتری دارند و شرایط بازار هیچ تاثیری در کارشان ندارد. آن‌ها همیشه کار دارند، همه به دنبال استخدامشان هستند و از کارشان بیشترین لذت را می‌برند. چرا چنین اختلاف‌های بزرگی در عملکرد فروش وجود دارد؟ در کتاب «فروش موفق» برخی از پاسخ‌ها را با شما در میان خواهیم گذاشت.

گسترش حاشیه بُرد

یکی از مهم‌ترین اکتشافات قرن بیستم در حوزه عملکرد انسان این بود که کارکنان برتر در هر حوزه، از جمله فروش، فقط کمی بهتر از هم‌رده‌های خود در موارد کلیدی هستند.

این تفاوت کوچک در عملکرد «حاشیه برد» نامیده می‌شود. افراد برتر در هر حوزه‌ای حاشیه برد خود در آن حوزه‌ها را گسترش داده‌اند و در نتیجه به عملکرد فوق‌العاده و نتایج فوق‌العاده دست می‌یابند.

مثال محبوب من مسابقه اسب‌دوانی است. در مسابقه اسب‌دوانی، اسبی که با اختلاف چند سانتیمتر در جایگاه نخست قرار گرفته، ۱۰ برابر اسب دوم جایزه می‌گیرد. آیا اسبی که برنده شده ۱۰ برابر سریع‌تر از اسب دوم است؟ آیا اسب برنده ۱۰ درصد سریع‌تر از اسب بازنده است؟ پاسخ منفی است. اسب برنده فقط