

خُسامِ کُفُودِ حورِ مَهِ  
وَمَا شَمَدِه  
کِ دِلِ رُناشِ حَسِ مِردِ ادرِاه



# کیمیای فروش

## با جاذبه‌های مالی و عاطفی

نویسنده:  
جفری گیتومر

مترجمان:  
دکتر احمد روستا و رویا گذشتی

انتشارات

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

کتاب «کیمیای فروش» ترجمه‌ای است از:

**Little Red Book of Sales Answers**

Jeffrey Gitomer

## کیمیای فروش با جاذبه‌های مالی و عاطفی

نویسنده: جفری گیتومر

مترجمان: دکتر احمد روستا و رویا گذشتی

خوشنویسی به نام خداوند خورشید و ماه: محمد کیائی  
طراحی جلد و صفحه‌ها: آتلیه‌ی شرکت سیته  
مدیر اجرایی: فیروزه یاوری



مجید اسماعیلی  
سیته

صفحه‌آرایی:  
ناشر:

چاپ ششم: بهار ۱۴۰۳	۵۰۰ نسخه
چاپ پنجم: زمستان ۱۳۹۷	۱۰۰۰ نسخه
چاپ چهارم: زمستان ۱۳۹۳	۲۰۰۰ نسخه
چاپ سوم: زمستان ۱۳۹۲	۲۰۰۰ نسخه
چاپ دوم: پاییز ۱۳۸۹	۲۰۰۰ نسخه
چاپ نخست: تابستان ۱۳۸۸	۲۰۰۰ نسخه

حق چاپ و نشر محفوظ است.

ISBN: 978-600-5253-08-5

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۳-۰۸-۵

دورنگار: ۷۷۶۰۳۷۲۲

تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹

[www.citehpub.com](http://www.citehpub.com)



جهت اطلاع از قیمت کتاب  
کد بالا را اسکن کنید

سرشناسه	: گیتومر، جفری اچ. Gitomer, Jeffrey H.
عنوان و نام پدیدآور	: کیمیای فروش با جاذبه‌های مالی و عاطفی / نویسنده جفری گیتومر؛ مترجمان احمد روستا و رویا گذشتی.
مشخصات نشر	: تهران: سیته، ۱۴۰۳.
چاپ ششم	: بهار ۱۴۰۳.
چاپ پنجم	: زمستان ۱۳۹۷.
چاپ چهارم	: زمستان ۱۳۹۳.
چاپ سوم	: زمستان ۱۳۹۲.
چاپ دوم	: پاییز ۱۳۸۹.
چاپ اول	: تابستان ۱۳۸۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۶۰ ص. : مصور ؛ ۱۴/۵×۲۱ س.م.
فروست	: راهکارهای تبلیغات و بازاریابی؛ ۲۱.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۳-۰۸-۵
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: عنوان اصلی: Jeffrey Gitomer's little red book of sales answers, 2006
موضوع	: فروشندگی
موضوع	: شبکه‌های کسب و کار
موضوع	: مشتریان دائمی
موضوع	: مشتری‌شناسی
شناسه‌ی افزوده	: روستا، احمد، ۱۳۲۷ - مترجم
شناسه‌ی افزوده	: گذشتی، رویا، مترجم
رده‌بندی کنگره	: HF۵۴۳۸/۲۵/گ۹۴ک۹ ۱۳۸۸
رده‌بندی دیویی	: ۶۵۸/۸۵
شماره‌ی کتابشناسی ملی	: ۱۶۵۳۸۲۰

## سخن ناشر

دیدن هر چیزی آسان است و دیدن هیچ دشوار.

ابن حبیب حقوقی

همه چیز با دیدن آغاز می‌شود. زیبا دیدن آینده را می‌سازد و هر آنچه که در آینده اتفاق می‌افتد، نتیجه‌ی دیدن و نگرش امروز ماست. بیشتر آدم‌ها خیال می‌کنند که نگرششان نسبت به مسائل مثبت است؛ ولی این طور نیست. نگرش یک احساس درونی نیست، حالتی از ذهن است که اختیار آن به طور کامل در دست انسان قرار دارد. این خود شما هستید که تصمیم می‌گیرید چه نگرشی داشته باشید، پس باور کنید که می‌توانید نگرش‌تان را تغییر دهید و هر روز در بهترین وضعیت باشید. برای اینکه بتوانیم یک بازاریاب یا فروشنده‌ی خوب باشیم باید دیدن خود را اصلاح کنیم، تمرین کنیم، یاد بگیریم و عمل کنیم. امیدوارم مطالعه‌ی این کتاب باعث شود با نگرشی جدید، بهتر بازاریابی کنید، بهتر کار کنید و بهتر زندگی کنید.

شاهین ترکمن





## فهرست

- مقدمه ..... ۱
- فصل یک: پیشرفت‌هایی که به رشد فردی می‌انجامد ..... ۱۳
- فصل دو: پیدا کردن سر نخ‌های طلایی و گذاشتن قرار ملاقات ..... ۳۵
- فصل سه: چگونه می‌توان پیروز میدان شد ..... ۵۳
- فصل چهار: مهارت‌یابی گام به گام ..... ۶۷
- فصل پنج: پایه‌ریزی دوستی و روابط و راه‌های گرفتن توصیه‌نامه ..... ۱۱۵
- فصل شش: چگونه می‌توانید نام خود را بر سر زبان‌ها بیندازید؟ ..... ۱۳۷
- فصل شش و نیم: فوت کوزه‌گری ..... ۱۴۷



## مقدمه

۷۴ درصد فروشندگان پاسخ مناسب پرسش‌هایی را که در موقعیت‌های گوناگون برایشان پیش می‌آید، نمی‌دانند. پرسش‌هایی که در شرایط متفاوت، از جمله هنگام مواجه شدن با مشکل یا روی آوردن شانس به ذهنشان خطور می‌کند. به عنوان مثال: این که در چه جایگاهی قرار دارند، چه باید بگویند، چه کاری انجام دهند و یا چه راهی در پیش بگیرند تا تلاششان در نهایت به بار بنشیند.



تمامی آنچه باید بدانید در این کتاب آمده است. در این مجموعه برای همه‌ی پرسش‌هایی که به ذهن یک فروشنده خطور می‌کند، جوابی پیدا خواهید کرد.



## فروشنندگان به دنبال یافتن پاسخ هستند

فروشنندگان در پی یافتن جواب‌های خوب و کارآمدی هستند که در هر شرایط به درد بخورند. خبر خوش این است که چنین پاسخ‌هایی وجود دارند و خبر بد این که شما باید این پاسخ‌ها را درک کنید و بارها مرور نمایید تا ملکه‌ی ذهنتان شوند. حتماً با خودتان می‌گویید: هر کس مطالب این کتاب را بخواند، خود به خود فروشنده‌ی بهتری خواهد شد. اشتباه می‌کنید! اگر می‌خواهید فروشنده‌ی بهتری بشوید، قدم نخست این است که کتاب را بخوانید.

قدم دوم خواندن دوباره‌ی کتاب است و به عنوان قدم سوم لازم است هر روز یکی از مطالب آن را در شرایط عملی به کار ببندید. چنانچه بار نخست دقیقاً به مقصودی که داشتید نرسیدید و یا نتیجه با آنچه می‌خواستید فرق می‌کرد، دوباره امتحان کنید و حتی راه پیشنهادی کتاب را کمی تغییر دهید. قدم چهارم این است که آن قدر هر نکته را به کار بگیرید تا احساس کنید مؤثر واقع شده است. قدم پنجم را هنگامی برداشته‌اید که بتوانید با تسلط کافی همه‌ی نکته‌ها را به کار ببندید.

نکته: با توجه به شرایطی که در آن قرار می‌گیرید، پاسخ‌های ارائه‌شده در این کتاب را تغییر دهید تا با شخصیت و شیوه‌ی کار شما هماهنگ شوند. به این موردها فکر کنید:

شیوه‌ی درخواست وقت ملاقات، گذاشتن پیغام، پیگیری درخواست‌های تلفنی، اجرای یک همایش فروش، ارائه‌ی پیشنهاد، برخورد با یک مشتری عصبی و درخواست توصیه‌نامه یا گواهی تأیید کالای عرضه‌شده.

دوست دارید برای همه‌ی این موردها پاسخ جامع و کامل داشته باشید؟ شانس به شما رو کرده است. پاسخ همه‌ی این پرسش‌ها و ۹۹/۵ درصد بقیه‌ی پرسش‌هایی که ممکن است به ذهن شما خطور کند، در این کتاب آمده است. راه حل‌های کاربردی برای مسائلی که در عمل با آن‌ها روبرو می‌شوید و پاسخ‌هایی که می‌توانید چند ثانیه پس از مطالعه، آن‌ها را به کار ببندید و تأثیرشان را وقتی به بانکتان سر می‌زنید، ببینید.



برادرم «جاش» معتقد است که در زمینه‌ی فروش فقط با دنیایی از پرسش‌های بی‌جواب مواجهیم. ولی خوشبختانه او رهبر گروه کر و گرافیست است نه فروشنده. البته تا حدودی حق دارد؛ زیرا بسیاری از این پرسش‌ها سبب شکل‌گیری پرسش‌های عمیق‌تری می‌شوند، پرسش‌هایی که خودتان باید برایشان پاسخی بیابید. نگران نباشید یافتن پاسخ آن‌ها کار بسیار ساده‌ای خواهد بود؛ چون در این کتاب به ۹۹/۵ درصد پرسش‌های مربوط به فروش پاسخ داده شده است.

مهم‌ترین مسئله این است: ایمان بیاورید که خود شما سرنوشتتان را رقم می‌زنید و موفقیت شما تا حد زیادی بستگی به این دارد که تا چه حد در به کارگیری پاسخ‌های پیشنهادی این کتاب موفق هستید.

نحوه‌ی استفاده‌ی شما از این پاسخ‌ها مؤید موفقیت کاری شما است.

**خبر خوش:** حرفه‌ی فروشندگی به نوبه‌ی خود کار بزرگی است که بخش مهمی از کار یک شرکت محسوب می‌شود. وقتی شما به موفقیتی دست می‌یابید، سفارش‌ها سرازیر می‌شوند، دستگاه‌ها به کار می‌افتند، محصولات بازرگیری می‌شوند، فاکتورها را صادر می‌کنند و در نهایت حساب شرکت پر می‌شود. از همین درآمد است که شما و همه‌ی اعضای دیگر شرکت، حتی مدیرعامل و صاحب شرکت، سود می‌برید!

در سال ۱۹۴۶ «رد ماتلی» گفت که همه چیز از یک فروش خوب شروع می‌شود. اگر فروشی نباشد همه‌ی کارها می‌خواهد. حالا پس از گذشت ۶۰ سال ارزش این جمله بیش از پیش معلوم می‌شود. کار شما این است که چیزی بفروشید و چنانچه این کتاب را به دقت مطالعه کنید، حتماً در کارتان موفق خواهید بود و از رقبایتان پیشی خواهید گرفت.

## سنگینی بار فروش بر دوش شماست

در تمام صفحات این کتاب می‌بینید که

عنوان‌های هر فصل

بر دوش یک پهلوان نقش بسته‌اند؛

درست مثل فروش موفقیت‌آمیز شرکت که بار آن بر دوش شماست. به تعبیری می‌توان گفت تک تک فروشنده‌ها بار جهانی موفقیت این حرفه را بر دوش دارند. خبر خوش این که وقتی موفق می‌شوید به فروشی که از شما انتظار می‌رود دست



پیدا کنید، حتی از نظر بدنی هم قدرتمندتر به چشم می‌آیید. به راحتی می‌توانید مقادیر زیاد پول را که به سویتان سرازیر می‌شود جابجا کنید بدون این که کسی در توانایی شما شک کند.

### بهترین راه دست‌یابی به یک فروش خوب چیست؟

**بهترین** راه دست‌یابی به فروش خوب، تقویت روحیه‌ی دوستی پیش از شروع کار است.

**بهترین** راه دست‌یابی به فروش خوب این است که پیش از هرگونه اقدامی به دنبال وجوه مشترک خودتان و خریدار بگردید.

**بهترین** راه دست‌یابی به فروش خوب طرح پرسش‌های هوشمندانه‌ای است که خریدار را به نیازهایش واقف کند و او را برانگیزد.

**بهترین** راه دست‌یابی به فروش خوب حفظ آرامش در طول گفتگو با خریدار است.

**بهترین** راه دست‌یابی به فروش خوب این است که پس از بررسی همه‌ی جوانب و برطرف کردن اشکال‌های احتمالی، از خریدار بخواهید تاریخی را برای شروع روند کار تعیین نماید تا ثابت کند برای رسیدن به نتیجه اقدام خواهد کرد.

**بهترین** راه دست‌یابی به فروش خوب خلق فضایی مناسب است که در آن همه تشویق به خرید بشوند.

**پاسخ نهایی:** حقیقت این است که هیچ کس نمی‌تواند فقط یک راه را به عنوان بهترین راه به شما معرفی کند ولی اگر همه‌ی عوامل مثبت را به صورت یک مجموعه اختیار داشته باشید، آن قدر از رقبایان پیشی می‌گیرید که دیگر هرگز به گرد شما هم نخواهند رسید.

### پاسخنامه‌ی پرسش‌های مربوط به فروش

پاسخ‌های کارساز، پول‌ساز و چاره‌ساز

فصل اول: پیشرفت‌هایی که به رشد فردی می‌انجامد

فصل دوم: پیدا کردن سرنخ‌های طلایی و گذاشتن قرار ملاقات

فصل سوم: چگونه می‌توان پیروز میدان شد؟



فصل چهارم: مهارت‌یابی گام به گام  
فصل پنجم: پایه‌ریزی دوستی، پایه‌ریزی روابط، راه‌های گرفتن توصیه‌نامه، گواهی  
تأیید کالا و سفارش مجدد  
فصل ششم: چگونه می‌توانید نام خود را بر سر زبان‌ها بیندازید؟  
فصل شش و نیم: و اما فوت کوزه‌گری

## آنچه باید بدانید:

### فصل اول:

پیشرفت‌هایی که به رشد فردی می‌انجامد

- ۱- معنای فروش چیست؟
- ۲- چطور مرد موفق رویاهایم باشم و به جایگاهی که شایسته‌ی من است، برسم؟
- ۳- چطور هر روز در بهترین وضعیت باشم؟
- ۴- چطور نسبت به مسائل نگرش مثبتی پیدا کنم و مراقب باشم چیزی باعث تغییر آن نشود؟
- ۵- چطور شوخ‌طبع‌تر باشم؟
- ۶- چطور خلاق‌تر باشم؟
- ۷- چطور مهارت‌های نوشتاری خود را بیشتر کنم؟
- ۸- شرکت‌پذیرفت برای من یک کامپیوتر لپ‌تاپ بخرد. حالا چه کنم؟
- ۹- چطور یک راهنما پیدا کنم و اگر به چنین فردی برخوردم چطور با او ارتباط برقرار کنم؟
- ۱۰- چه چیز ترس از شکست را در من ایجاد می‌کند و چطور می‌توانم بر سرخوردگی ناشی از ناکامی غلبه کنم؟
- ۱۱- راز بدون دلهره زیستن چیست؟
- ۱۲- چه کتاب‌هایی باید در کتابخانه‌ام باشد؟ وقتی در اتومبیلم سرگرم رانندگی هستم به چه نوارها و سی‌دی‌هایی گوش کنم؟
- ۱۳- آیا لازم است کارم را عوض کنم؟
- ۱۴- آیا لازم است در قراردادام با شرکت متعهد شوم که با شرکت‌های رقیب کار نخواهم کرد؟



### فصل دوم:

پیدا کردن سرنخ‌های طلایی و گذاشتن قرار ملاقات

- ۱۵- چطور با افراد غریبه ارتباط برقرار کنم؟
- ۱۶- چطور بدون تماس گرفتن با افراد جدید مشتری پیدا کنم؟
- ۱۷- چطور از دست کارمندان رده پایین شرکت خلاص شوم؟
- ۱۸- بهترین راه دادن اطلاعات به خریداران احتمالی چیست؟
- ۱۹- چطور از سد نگهبان شرکت عبور کنم؟
- ۲۰- چطور دوباره‌ی یک خریدار احتمالی اطلاعات کافی جمع‌آوری کنم تا با دست پر سر قرار حاضر شوم؟
- ۲۱- بهترین راه گرفتن وقت ملاقات چیست؟
- ۲۲- چطور بفهمم تصمیم‌گیرنده‌ی نهایی کیست؟
- ۲۳- اگر خریدار احتمالی سر قرار ملاقات حاضر نشد چه کنم؟
- ۲۴- اگر خریدار احتمالی مطلبی خلاف واقع گفت تکلیف چیست؟
- ۲۵- چه پرسش‌هایی را من از مشتری‌ها و خریداران احتمالی می‌پرسم که رقبا هم نمی‌پرسند؟
- ۲۶- چرا چند نفر به من پاسخ منفی دادند؟ چه تدبیری بیندیشم؟
- ۲۷- چرا ده نفر آخر جواب مثبت دادند؟ چطور از این موقعیت بیشترین بهره را ببرم؟

### فصل سوم:

چگونه می‌توان پیروز میدان شد؟

- ۲۸- بهترین راه دست‌یابی به یک فروش موفق چیست؟
- ۲۹- دو پرسش که بیشترین ضربه را به فروش می‌زنند، کدام‌اند؟
- ۳۰- سه پرسش پیش پا افتاده که کم اطلاعاتی پرسش‌کننده را نشان می‌دهند، کدام‌اند؟
- ۳۱- بهترین راه برقراری ارتباط و حفظ موقعیت در یک ارتباط تلفنی چیست؟
- ۳۲- اگر با قیمت مخالفت شد، تکلیف من چیست؟ (راستی اول چه کسی حرف قیمت را زد؟)
- ۳۳- تفاوت بین اعتراض و مردد بودن چیست؟
- ۳۴- چطور جلوی هرگونه اعتراضی را بگیرم؟





- ۳۵- چطور دریابم چه کسی خریدار است؟ بهترین علامت چیست؟
- ۳۶- چگونه مناسب‌ترین و بهترین راه ارائه‌ی پیشنهاد فروش را تشخیص دهم؟
- ۳۷- یک خریدار بر چه اساسی تصمیم می‌گیرد و معمولاً به دنبال چیست؟
- فصل چهارم:**
- مهارت‌یابی گام به گام**
- ۳۸- چرا خریداران پاسخ تلفن‌های من را نمی‌دهند؟ چه کنم که تماس‌های من بی‌جواب نماند؟
- ۳۹- پیغام تلفنی که برای مشتری می‌گذارم چه پیامی به او می‌دهد؟
- ۴۰- بهترین راه استفاده از اینترنت برای فروش یک محصول چیست؟
- ۴۱- آیا لازم است خریداران را دسته‌بندی کنم؟
- ۴۲- بهترین راه برقراری ارتباط تلفنی چیست؟
- ۴۳- آیا لازم است به علامت «خرید نداریم، اصرار نفرمایید» توجه کنم؟
- ۴۴- بهترین راه برای از میدان به در کردن رقبا چیست؟
- ۴۵- چطور مطمئن شوم که مشتری دوباره سفارش خواهد داد؟
- ۴۶- بهترین راه پیگیری یک پیشنهاد چیست؟
- ۴۷- چطور بر ارزش‌های کارم بیفزایم؟
- ۴۸- چطور باید برای ارزش‌ها ارزش قائل شد؟
- ۴۹- چطور پرسش‌های با ارزش‌تری طرح کنم؟
- ۵۰- مفهوم عبارت «فروش پس از فروش» چیست؟
- ۵۱- چرا یک مشتری منصرف می‌شود؟
- ۵۲- بهترین راه خروج از مرحله‌ی رکورد و کسادی چیست؟
- ۵۳- بزرگ‌ترین اشتباه‌های فروشندگان چیست؟
- ۵۴- اشتباه‌های جبران‌ناپذیر در زمینه‌ی فروش کدام‌اند؟
- ۵۵- اگر قرار ملاقات با مشتری برای صرف ناهار بود، چه نکته‌هایی را رعایت کنم؟
- ۵۶- آیا لازم است برای پیدا کردن دوستان بیشتر به باشگاه‌های ورزشی بروم؟
- ۵۷- وقتی یک مشتری خیلی خیلی عصبانی تماس می‌گیرد، چه پاسخی بدهم؟
- ۵۸- چطور جلوی چانه زدن مشتری را بگیرم؟
- ۵۹- چطور پیشنهادم را حفظ کنم؟



- ۶۰- بهترین راه استفاده از نظرهای مشتری‌های قبلی کدام است؟
- ۶۱- اگر فهمیدم رقیبم درباره‌ی شرکت، محصولی که ارائه می‌کنم و یا خود من دروغ گفته است، چه کنم؟
- ۶۲- چطور بی میلی به تماس با مشتری را از بین ببرم؟
- ۶۳- چطور می‌توانم یک نامه‌ی تشکر بنویسم؟
- ۶۴- مهارت‌های فروش من در چه حدی است؟
- ۶۵- بهترین راه برای این که هر ماه بتوانم به اندازه‌ی سهمیه‌ی پیش‌بینی‌شده فروش کنم، کدام است؟
- ۶۶- چطور از وقتم بهترین استفاده را بکنم؟
- ۶۷- چه کنم که اگر مشتری جواب رد داد، مأیوس نشوم؟ تا چه حد جایز است پافشاری کنم؟
- ۶۸- بهترین راه برای دو برابر کردن فروش امسالم چیست؟
- ۶۹- مهم‌ترین فرد ساکن این کره‌ی خاکی کیست؟
- ۷۰- چقدر باید برای بالا بردن کیفیت کارم سرمایه‌گذاری کنم؟
- ۷۱- تلاش‌های من چقدر در بهبود وضعیت کاری مشتری‌هایم مؤثر است؟
- ۷۲- کدام کار من باعث جلب اعتماد مشتری‌ها می‌شود؟
- ۷۳- چقدر در برابر اقدامات رقبایم آسیب‌پذیر هستم؟
- ۷۴- چه آموزش‌هایی باید بینم که از رقبایم پیشی بگیرم؟ چه باید بکنم که رقبایم را پشت سر بگذارم؟

### فصل پنجم:

- پایه‌ریزی دوستی، پایه‌ریزی روابط برای گرفتن توصیه‌نامه، گواهی تأیید کالا و سفارش مجدد
- ۷۵- آیا کار کردن با من آسان است؟
- ۷۶- روابط کارمندان شرکت چقدر دوستانه است؟ آیا رفتار رئیس‌م دوستانه است؟ رفتار من چطور؟
- ۷۷- چطور با مشتری ارتباط برقرار کنم؟
- ۷۸- بهترین راه برقراری ارتباط چیست؟
- ۷۹- حوزه‌ی کاری خود را کجا قرار دهم؟
- ۸۰- چطور یک آگهی تبلیغاتی ۳۰ ثانیه‌ای ولی تأثیرگذار بسازم؟



- ۸۱- چقدر برای پیدا کردن دوستان جدید وقت بگذارم؟
- ۸۲- چطور دوستان جدید پیدا کنم؟
- ۸۳- چطور بیشتر از بقیه مشتری پیدا کنم؟
- ۸۴- چه کنم که مشتری‌هایم مرا به دیگران معرفی کنند؟
- ۸۵- رضایت مشتری‌های قدیمی تا چه حد روی معامله‌های آینده‌ی من تأثیر دارد؟
- ۸۶- کدام یک از کارهای من جلوی از دست رفتن مشتری‌هایم را می‌گیرد؟
- ۸۷- آیا مشتری‌هایم می‌توانند به محض احساس نیاز به من دسترسی پیدا کنند؟
- ۸۸- به جز محصولی که می‌فروشم و خدماتی که ارائه می‌کنم، چه حرفی برای گفتن دارم؟
- ۸۹- چرا بعضی از مشتری‌هایم را از دست می‌دهم؟
- ۹۰- چطور از مشتری بخواهم توصیه‌ی مرا به دیگران بکند؟
- ۹۱- چطور از توصیه‌ها استفاده کنم؟
- ۹۲- چند نفر تبلیغ کارهای مرا می‌کنند؟

### فصل ششم:

- چگونه می‌توانید نام خود را بر سر زبان‌ها بیندازید؟
- ۹۳- چه کنم که دیگران بین من و رقبایم تمایز قایل شوند؟
- ۹۴- آیا با مشتری‌هایم به قدر کافی در تماس هستم؟
- ۹۵- چه تدبیری بیندیشم که هر کس وبسایت‌م را می‌بیند، مشتاق شود از من خرید کند؟
- ۹۶- شهرت من در کدام ویژگی من نهفته است؟
- ۹۷- همیشه شما در تعقیب مشتری هستید یا مشتری در تعقیب شما؟
- ۹۸- دیگران مرا در چه زمینه‌ای بهترین می‌دانند؟
- ۹۹- نظر رؤسای شرکت درباره‌ی من چیست؟

### فصل شش و نیم:

- ۹۹/۵- کارم را تا چه حد دوست دارم؟