

خُنْصَامُ الْوَدَّحِ حُورِيَّةٌ

• که دل رُزْبانِ حُبِّ مُرْدَادِ رَاهِ



راهکارهای تبلیغات و بازاریابی (۱۷)

# چه کسی فروش مرا ربود؟

---

۲۳ راه برای بستن یک قرارداد

نویسنده:

تاد دانکن

مترجمان:

دکتر احمد روستا و محمود حمیدخانی

ویراستار:

حسین رسولی

**بیت**  
انتشارات

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

کتاب چه کسی فروش مرا ربود؟ ترجمه‌ای است از:

---

**WHO STOLE MY SALE?**  
**23 Ways To Close The Deal**

Todd Duncan

# چه کسی فروش مرا ربود؟

نویسنده: تاد دانکن  
مترجمان: دکتر احمد روستا و محمود حمیدخانی  
ویراستار: حسین رسولی

---

خوشنویسی به نام خداوند خورشید و ماه:  
محمد کیانی  
طراحی جلد: آتلیه‌ی شرکت سیتِه  
مدیر اجرایی: فیروزه یاوری



صفحه‌آرایی: مجید اسماعیلی  
لیتوگرافی: ارغوان  
چاپ و صحافی: طیف‌نگار  
ناشر: سیتِه

---

چاپ دوم: بهار ۱۳۹۲  
چاپ نخست: پاییز ۱۳۸۷  
۲۰۰۰ نسخه  
حق چاپ و نشر محفوظ است.

ISBN: 978-600-5253-01-6

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۳-۰۱-۶

---

دورنگار: ۷۷۶۰۳۷۲۲

تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹

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

سرشناسه	: دانکن، تاد، ۱۹۰۳-م.
عنوان و نام پدیدآور	: Duncan, Todd چه کسی فروش مرا ربود؟: ۲۳ راه برای بستن یک قرارداد. نویسنده: تاد دانکن؛ مترجم احمد روستا، محمود حمیدخانی؛ ویراستار حسین رسولی.
مشخصات نشر	: تهران: سیتِه، ۱۳۸۷.
مشخصات ظاهری	: ۱۱۲ص.
فروست	: راهکارهای تبلیغات و بازاریابی؛ ۱۷.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۳-۰۱-۶
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: چاپ دوم: ۱۳۹۲ (فیپا).
یادداشت	: Who stole my sale: 23ways to close the deal : عنوان اصلی:
موضوع	: فروشندگی
موضوع	: فروشندگان
شناسه افزوده	: روستا، احمد، ۱۳۲۷-
شناسه افزوده	: حمیدخانی، محمود
شناسه افزوده	: رسولی، حسین، ۱۳۵۹-
رده بندی کنگره	: ۱۲۸۷ چ۹ د۲/۲۵/۴۳۸/HF۵
رده بندی دیوی	: ۶۵۸/۸۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۱۲۶۶۴۰۴

تقدیم به جمشید اردلان همکار و دوست  
عزیزی که امروز در میان ما نیست.

## سخن ناشر

---

آدمی عادت کرده است؛ هر زمان که چیزی را از دست می‌دهد،  
به دنبال عامل آن می‌گردد، دیگران را مسئول می‌داند و کاملاً به  
بیراهه می‌رود. در صورتی که باید بدانیم مسئولیت از دست رفتن هر  
چیزی به عهده‌ی خود ماست.

این کتاب سعی می‌کند به ما بیاموزد در مواقعی که مشتریان  
خود را از دست می‌دهیم، کارمان از رونق می‌افتد و در نهایت دچار  
افت فروش می‌شویم، به دنبال رباینده و مقصر آن نگردیم؛ بلکه با  
تغییر در نگرش و رفتار خود، مشکلات را حل کنیم.

یاد بگیریم که چگونه در زمان خاص و حساس، درست  
تصمیم‌گیری کنیم، مشتریان را گرامی داریم، ارزش وقت خود را  
بدانیم، برنامه‌ریزی کنیم و هدف داشته باشیم تا در نهایت رشد کنیم.  
همچنین یاد بگیریم برای پیشرفت، بزرگ‌ترین رقیبی که باید  
با آن خودمان را مقایسه کرده و رقابت کنیم، خودمان هستیم. پس

تلاش کنیم هر روز بهتر از خودمان باشیم.  
یا به قول جمشید اردلان که روحش آمرزیده و شاد باد:  
«هر روز بهتر از دیروز»

شاهین ترکمن



## فهرست مطالب

- ۱- پاک کردن چربی غذا از روی لباس ..... ۱
- ۲- فروش روزنامه، یا یک اندیشه‌ی خوب ..... ۷
- ۳- قلب خدمتکار ..... ۱۱
- ۴- کسب و کار خوب، از دل گفت‌وگوی خوب بیرون می‌آید ..... ۱۵
- ۵- استانداردهای خودتان را پیدا کنید ..... ۲۱
- ۶- یک چشم‌انداز جدید ..... ۲۵
- ۷- از رقابت بهره‌برداری کنید ..... ۲۹
- ۸- روشی برای عقد قرارداد ..... ۳۳
- ۹- ارزش تمرکز ..... ۳۹
- ۱۰- مسئولیت‌پذیر بودن ..... ۴۳
- ۱۱- ادب و نزاکت منجر به عقد قرارداد می‌شود ..... ۴۷

- ۱۲- راه و روش جنوبی‌ها ..... ۵۱
- ۱۳- موفقیت، کسب و کار شماسه ..... ۵۵
- ۱۴- اوقات خود را تنظیم کنید ..... ۵۹
- ۱۵- قدرت‌نمایی نکنید ..... ۶۳
- ۱۶- تولید خود را خوب و مشتری‌هایتان را بهتر بشناسید ..... ۶۷
- ۱۷- پایان یک مکالمه‌ی تلفنی سرد ..... ۷۳
- ۱۸- با گفت‌وگو، درها را به روی خود باز کنید ..... ۷۷
- ۱۹- مسئولیت‌های کمتر، بازده اقتصادی بیشتر ..... ۸۱
- ۲۰- تلاش برای موفقیت ..... ۸۵
- ۲۱- برای وقت خود ارزش قائل شوید ..... ۸۹
- ۲۲- نیروی پیش‌برنده ..... ۹۳
- ۲۳- روابط سودمند به مرور زمان شکل می‌گیرند ..... ۹۷



## پاک کردن چربی غذا از روی لباس

من و شریل<sup>۱</sup> در شب افتتاحیه‌ی رستوران جدید سن دیگو<sup>۲</sup> حضور داشتیم. بلافاصله پس از نشستن پشت میز غذا، پیش خدمت برایمان نوشیدنی آورد. و پس از آوردن پیش غذا، قول داد که به زودی غذای اصلی آماده می‌شود. حدود بیست دقیقه و سپس سی دقیقه گذشت. ما چون در انتظار غذای خوبی بودیم، غرولندی نکردیم. ضمن اینکه پیش خدمت پشت سر هم لیوان‌های نوشابه‌ی ما را پر می‌کرد. حدود پنج دقیقه‌ی دیگر که با شریل صحبت کردم، غذا رسید: یک مرغ بریان شده برای من و یک مرغ سرخ کرده برای شریل. منظره‌ی غذا

Sheryl - ۱

San Diego - ۲

به قدری لذت‌بخش بود که به انتظار کشیدنش می‌ارزید. من شروع به بریدن مرغ کردم که ناگهان مثل اینکه چیزی منفجر شود، چربی‌های سفید و قهوه‌ای رنگ غذا پیراهن و کراواتم را آلوده کردند. آشپز برای سرعت بخشیدن به طبخ، مرغ را داخل زودپز گذاشته بود و شیرابه‌ی غذا بین پوست و سینه‌ی آن جمع شده بود و به محض اینکه من کارد را به آن کشیدم، همه‌اش به سروصورت و لباس‌هایم پاشیده شد. در حالی که به وضعیتی که برایم پیش آمده بود فکر می‌کردم، چشمم به شریل افتاد که در حال کلنجار رفتن با غذای خودش بود. به قرار معلوم غذا کاملاً نپخته بود و گویا تکه‌ای از آن هم در زمان بریدن به هوا پرتاب شده بود.

وقتی که در چنین شرایطی قرار بگیرید، دو کار می‌توانید بکنید. یا مسئول رستوران را بخواهید و آنچه را برایتان اتفاق افتاده برای او شرح دهید. و یا به پیش‌خدمت اعتماد کنید که خود او خسارت را بپردازد. تصمیم‌گیری در این مورد را به بعد واگذار کردیم. پیش‌خدمت هم فقط یک عذرخواهی معمولی کرد که کاملاً تعجب‌برانگیز بود. جالب‌تر آن که در زمان ترک رستوران، یک صورت حساب کامل هم به ما داده شد. رفتار پیش‌خدمت طوری بود که باعث شد، دیگر هیچ انگیزه‌ای برای مراجعه‌ی مجدد به آن رستوران نداشته باشیم. بعدها من نامه‌ای برای مسئول آنجا نوشتم و آنچه را که اتفاق افتاده بود برایش شرح دادم و در نامه از او خواستم که روش بهتری را برای اداره رستورانش در پیش گیرد. به او نوشتم که می‌دانم که موضوع اتفاق افتاده از اهمیت چندانی برخوردار نیست اما مواردی از این قبیل، باعث نابودی تجارت

## تمیز کردن چربی غذا از روی لباس

شما خواهد شد. برایش توضیح دادم یک مدیر خوب در چنین مواردی ابتدا به اشتباه خود اعتراف می‌کند و سپس در حداقل زمان ممکن به رفع مشکل می‌پردازد. «باید با مشتریان ارتباط برقرار کرد تا شناس برای انجام معامله‌ی دوباره با آنها ایجاد شود و انگیزه‌ی بازگشت آنها را فراهم کند.» در مدت زمان بسیار کوتاهی، نامه‌ای از مالک رستوران دریافت کردم که مسئولیت آن حادثه را کاملاً به عهده گرفته بود. وی پول غذای ما را پس داد و پرداخت هزینه‌ی لباس‌شویی را پیشنهاد کرد. همچنین ما را به یک ناهار رایگان چهار نفره دعوت کرد.

این یک تجربه‌ی شگفت‌انگیز بود. از آن زمان به بعد ما بارها در آن رستوران غذا خورده‌ایم و در حقیقت آنجا مرکز تفریح ما در مرکز شهر شده است. این موضوع نشانگر این است که نباید در اثر یک اشتباه کوچک ارتباط را قطع کرد.

خلاصه‌ی درس

واقعیت این است که هر فروشنده‌ای احتمال دارد اشتباه کند. توقع انسان کامل بودن نوعی شکست است و اعتبار شما را از بین می‌برد. یک فروشنده وقتی کارا و موثر است که نیاز مشتریانش را به خوبی درک کند. مالک رستوران این را درک کرد ولی پیش خدمتش نه. این شانس صاحب رستوران بود که با شنیدن اشتباه کارمندش فرصت دیگری به دست آورد. و از این فرصت استفاده کرد تا اثر سوء اتفاق پیش آمده را خنثی کند.

تمیز کردن چربی غذا از روی لباس

وقتی که در رفتار تان با مشتری اشتباهی می‌کنید،  
از او فرار نکنید؛  
بلکه به سمتش بدوید!

موارد زیر فهرستی از کارهایی است که باید انجام بدهید تا  
اعتماد از دست رفته‌ی مشتری را به او بازگردانید.

#### اعتراف

به او بگویید که اشتباه کرده‌اید. از اینکه تقصیر را به گردن  
دیگران بیندازید، پرهیز کنید.

#### تصحیح

به مشتری بگویید که برای رفع سوء اثر از اشتباهی که  
کرده‌اید، تمام تلاشتان را خواهید کرد.

#### ارتباط

به مشتری تان بفهمانید که برای او ارزش قائل هستید و فرصت  
دیگری برای جبران اشتباه خود می‌خواهید. بدین طریق به او  
انگیزه می‌دهید تا مجدداً شما را ارزیابی کند.

حرکت مستمر، از شروع تا رسیدن به موفقیت  
پشتکار و استقامت به تنهایی کافی نیست. باید شناخت  
صحیحی از شکست داشته باشید.

اشتباه‌ها هرگز نباید موجب دلسردی شما بشوند.  
در حقیقت با رسیدن به شناخت صحیح از شکست، باید  
انگیزه‌ی خود را برای فروش و انجام معامله افزایش دهید. به  
عبارت دیگر اشتباه هرگز نباید سبب عقب نشینی شما بشود.  
شاید فقط مکثی کوتاه برای شروع مجدد، زمینه‌ساز یک  
فرصت مناسب برای ایجاد یک تغییر مثبت باشد.