

خُسامِ کُفُودِ حورِ مَهِ
و ما
که دل زاناش حنِ مردِ ادره

راهکارهای تبلیغات و بازاریابی (۳۷)

اعتماد

چگونه اعتماد را کسب، آن را شکوفا و نگهداری کنید،
و در زندگی و تجارت، عنوان مشاور قابل اعتماد را به دست آورید.

نویسنده:

جفری گیتومر

مترجم:

منیژه شیخ جوادی (بهزاد)

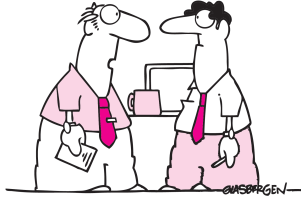
انتشارات

ناشر کتاب‌های تخصصی بازاریابی و تبلیغات

کتاب اعتماد ترجمه‌ای است از:

Little Teal Book of Trust

Jeffrey Gitomer



اعتماد

نویسنده: جفری گیتومر

مترجم: منیژه شیخ جوادی (بهزاد)

خوشنویسی به نام خداوند خورشید و ماه:

محمد کیانی

طراحی جلد و صفحه‌ها: آتلیه‌ی شرکت سیته

سینا سلیمی خلیق

مدیر اجرایی: فیروزه یاوری

ویراستار: سید امیرمهدی اصغری



صفحه‌آرایی: مجید اسماعیلی

لیتوگرافی: طیف‌نگار

چاپ و صحافی: طیف‌نگار

ناشر: سیته

چاپ دوم: بهار ۱۳۹۵

چاپ نخست: زمستان ۱۳۸۹

۱۰۰۰ نسخه

حق چاپ و نشر محفوظ است.

ISBN: 978-600-5253-32-0

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۳-۳۲-۰

دورنگار: ۷۷۶۰۳۷۲۲

تلفن: ۷۷۵۰۹۳۳۹

www.citehpub.com

سرشناسه	: گیتومر، جفری اچ. Gitomer, Jeffrey H
عنوان و نام پدیدآور	: اعتماد: چگونه اعتماد را کسب، آن را شکوفا و نگهداری کنید، و در زندگی و تجارت، عنوان مشاور قابل اعتماد را بدست آورید/ نویسنده جفری گیتومر؛ مترجم منیژه شیخ‌جوادی (بهزاد).
مشخصات نشر	: تهران : سیتته، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۸ص:مصور (رنگی).
فروست	: راه‌کارهای تبلیغات و بازاریابی؛ ۳۷.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۵۳-۳۲-۰
یادداشت	: چاپ دوم : ۱۳۹۵.
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی : Jeffrey Gitomer's little teal book of trust: how to earn it, grow it, and keep it to become a trusted advisor in .sales, business, & life , c2008
موضوع	: مشتری‌شناسی
موضوع	: اعتماد
موضوع	: رفتار سازمانی
موضوع	: روابط بین اشخاص
شناسه افزوده	: بهزاد، منیژه (شیخ‌جوادی)، ۱۳۲۸ - مترجم
رده بندی کنگره	: ۱۳۸۹ الف۶۹/۵/۵۴۱۵/۵ HF
رده بندی دیویی	: ۱۵۸/۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۱۰۱۱۶۴

اگر عمیقاً به اعتماد نگاه کنید،
حقیقت را خواهید یافت.
جفری گیتومر

سخن ناشر

به چه کسی اعتماد می‌کنید؟ چرا؟
چه کسی به شما اعتماد می‌کند؟
چگونه اعتماد جلب می‌کنید؟
چگونه افراد به شما اعتماد می‌کنند؟
چگونه مورد اعتماد قرار می‌گیرید؟
چگونه اعتماد دیگران را از دست می‌دهید؟ چرا؟
آیا می‌توانید اعتماد از دست رفته را دوباره کسب کنید؟
اعتماد در روابط تجاری شما، تا چه اندازه اهمیت دارد؟
پس از انتشار دو کتاب پرفروش «گنجینه فروش» و «کیمیای فروش» از
جفری گیتومر و استقبال چشمگیر خوانندگان، کتاب متفاوتی از این نویسنده
منتشر کرده‌ایم؛ «اعتماد».
از آن‌جا که اعتماد شالوده‌ی هر عملی است که در تجارت و زندگی
شخصی‌مان انجام می‌دهیم، خواندن این کتاب خارج از لطف نخواهد بود.
«درباره‌ی این کتاب به ما اعتماد کنید.»

شاهین ترکمن

فهرست

- ۱۱ بخش ۱: از خودتان بپرسید
- ۳۹ بخش ۲: ۱۴/۵ تعریف از اعتماد
- ۵۵ بخش ۳: ۲۳/۵ ویژگی افراد مورد اعتماد
- ۷۷ بخش ۴: تجارت و توصیه‌های فروشی که می‌توانید به آن‌ها اعتماد،
و بر روی آن‌ها حساب کنید
- ۱۲۱ بخش ۵: بازگشت اعتماد
- ۱۲۹ بخش ۶: چگونه یک مشاور مورد اعتماد شویم
- ۱۴۹ بخش ۶/۵: حقیقت، اعتماد، ارزش

«به خودتان اعتماد کنید. شما بیش از آنچه تصور می کنید،
می دانید.»

دکتر بنیامین اسپاک

«اگر عمیقاً به اعتماد نگاه کنید، حقیقت را خواهید یافت.»

جفری گیتومر



به چه کسی اعتماد می‌کنید؟ چرا؟

چه کسی به شما اعتماد می‌کند؟

چگونه اعتماد جلب می‌کنید؟

چگونه افراد به شما اعتماد می‌کنند؟

چگونه مورد اعتماد قرار می‌گیرید؟

چگونه اعتماد دیگران را از دست می‌دهید؟ چرا؟

آیا می‌توانید اعتماد از دست رفته را دوباره کسب کنید؟

اعتماد در روابط تجاری شما تا چه اندازه اهمیت دارد؟

اعتماد در روابط شخصی‌تان تا چه اندازه ارزش دارد؟

پاسخ‌های شما در این کتاب قرار دارد ...



به من اعتماد کنید!

عبارت «به من اعتماد کنید»، میلیاردها بار تکرار شده، و هر بار که این عبارت به زبان رانده شده، مخاطبتان به شما اعتمادی نداشته است.

**اعتماد را نمی‌توان درخواست کرد،
اعتماد را باید کسب کرد،**

**اعتماد به شکل واژه‌ها ادا نمی‌شود،
اعتماد یک نوع احساس است.**

کسی که تقاضا می‌کند به او اعتماد کنند، می‌داند که «اعتماد» کلیدی برای گرفتن پاسخ مثبت (بله) است.

به زمان‌هایی فکر کنید که از کسی تقاضای اعتماد کرده‌اید. این تقاضا، می‌تواند در امری ساده همچون رفتن به رستوران و یا سینما اتفاق بیفتد. یا هنگامی که شما در جریان فروش کالایی از مشتری خواسته‌اید که به شما اعتماد کند، و یا جریانی بزرگ‌تر، مثل معامله‌ی یک ملک، و شاید هم در یک تصمیم‌گیری بزرگ که می‌خواهید به نفع شما تمام شود. از آن جا که کسی بلافاصله با شما موافقت نکرده، و شما فکر می‌کنید که روش و یا فکر شما بهترین است، بلافاصله از فردی (یا گروهی) درخواست کرده‌اید که به شما اعتماد کنند.

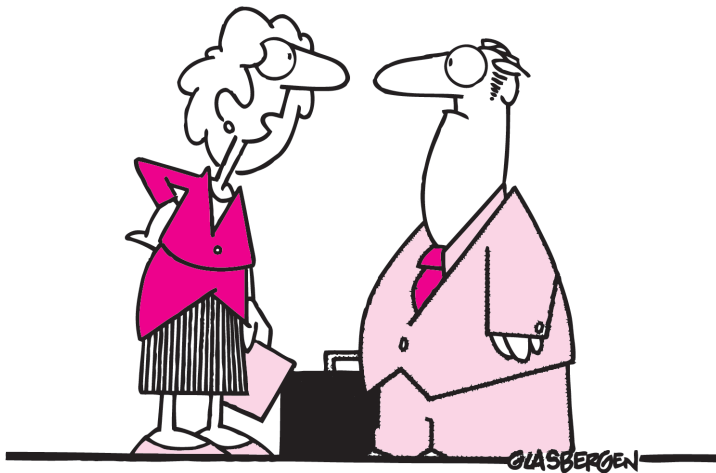
«در این مورد به من اعتماد کنید.»



پاسخ افراد به میزان زیادی بستگی به میزان اعتماد اولیه‌ی آن‌ها نسبت به شما خواهد داشت.

اگر شما همه کس را می‌شناسید و گذشته‌ی موفق و درخشانی دارید، احتمال موافقت آن‌ها بسیار زیاد خواهد بود. اما اگر آن‌ها چیزی در موردتان نمی‌دانند و یا اطلاعاتشان محدود است، احتمالاً با مقاومت روبه‌رو خواهید شد.

نقطه‌ی اتکا بر عبارت «احساس اعتماد» استوار است. شاید شما درخواست اعتماد کنید، اما اگر مخاطبتان احساس اعتماد نکند، آن را به دست نخواهید آورد.



«من به تو اعتماد داشتم، تا زمانی که گفتی (به من اعتماد کن!)»



«شما ناچارید بگویید؛ «به من اعتماد کن!» چون هنوز
اعتماد مخاطبتان را جلب نکرده‌اید و ناچارید که تقاضای
اعتماد کنید؛ یک حرکت نادرست.»

جفری گیتومر



چرا باید به شما اعتماد کنم؟

از آنجا که من در منطقه‌ی شمال شرقی رشد کرده‌ام، اعتماد در معاملاتم، یک عامل گنگ و مبهم بود. در آن زمان به این نکته پی نبرده بودم، و به یقین از اهمیت آن آگاه نبودم. من تصور می‌کردم که نبود اعتماد روشی از زندگی است، و نه یک کمبود. وقتی پخته‌تر شدم و به ایجاد ارتباطات پرداختم، دریافتم که اعتماد یکی از عوامل بااهمیت نیست، بلکه تنها عامل مهم در خلق موفقیت‌های طولانی مدت با فرد یا گروه است.

پاسخ به جمله‌ی «چرا باید به شما اعتماد کنم؟» خیلی ساده است.

اعتماد به هر دو طرف اجازه می‌دهد که در رابطه‌شان به راستی به هر نقطه‌ای که مایلند برسند. هر قدر عامل اعتماد قوی‌تر باشد، رابطه می‌تواند وسیع‌تر شود.

در جایی که اعتمادی وجود ندارد، امکان بالقوه‌ی ایجاد ارتباط تنها به صورت معامله‌وار انجام می‌گیرد. «بخر و بفروش و یا کارت را انجام بده و آنجا را ترک کن؛ و نه چیزی فراتر از ظاهر قضیه»

پس رمز ما که راز بزرگی هم نیست، قابل اعتماد بودن است. شما در طول زمان معینی با کمک کلمات و اعمال و رفتارتان که اجازه‌ی خلق اعتماد را می‌دهند، به این موفقیت دست پیدا می‌کنید.

هر چقدر که قابل اعتمادتر شوید، بیشتر توانایی رسیدن به موفقیت را خواهید داشت. نه تنها در یک رابطه، بلکه در هر تلاشی که به خرج می‌دهید.