



به نام خدا



# روش های بازاریابی و ویزیتوری حرفه ای

مؤلف:

محمد رضا طائی



هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

## ◀ عنوان کتاب: روش های بازاریابی و ویزیتوری حرفه ای

◀ مولف : محمدرضا طائی

◀ ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران

◀ ویراستار: نرگس مهرید

◀ صفحه آرابی: نازنین نصیری

◀ طراح جلد: داریوش فرسای

◀ نوبت چاپ: اول

◀ تاریخ نشر: ۱۴۰۰

◀ چاپ و صحافی: درج عقیق

◀ تیراژ: ۱۰۰ جلد

◀ قیمت: ۶۸۰۰۰۰ ریال

◀ شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۴۵۸-۲

◀ نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱-تلفن: ۰۴۶-۶۶۴۱۰۰۴۶-۲۲۰۸۵۱۱۱

◀ فروشگاههای اینترنتی دیباگران تهران :

[WWW.MFTBOOK.IR](http://WWW.MFTBOOK.IR)

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

سرشناسه: طائی، محمدرضا، ۱۳۶۷-  
عنوان و نام پدیدآور: روش های بازاریابی و ویزیتوری  
حرفه ای / مولف: محمدرضا طائی؛  
ویراستار: نرگس مهرید.  
مشخصات نشر: تهران: دیباگران تهران: ۱۴۰۰  
مشخصات ظاهری: ۱۶۰ص: مصور، جدول  
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۴۵۸-۲  
وضعیت فهرست نویسی: فیبا  
موضوع: بازاریابی Marketing  
موضوع: بازاریابی - توآوری  
موضوع: Marketing-technological innovations  
موضوع: مشتری شناسی - مدیریت  
موضوع: Customer relations-management  
موضوع: فروشندگی - جنبه های روان شناسی  
موضوع: Selling-psychological aspects  
موضوع: فروشندگی - راهنمایی شغلی  
موضوع: Selling-occupational guidance  
رده بندی کنگره: HF ۵۴۱  
رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸  
شماره کتابشناسی ملی: ۸۵۰۹۳۹۴

نشانی تلگرام: @mftbook      نشانی اینستاگرام دیبا: dibagaran\_publishing

هرکتاب دیباگران، یک فرصت جدید شغلی و علمی.

هرگوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباگران تهران.

از طریق سایتهای دیباگران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

## فهرست مطالب

9.....	مقدمه ناشر.....
10.....	مقدمه.....
12.....	تقدیر و تشکر.....
13.....	تعهد نویسنده.....

### فصل اول

#### 14..... آشنایی با ویزیتوری

14.....	معرفی شغل ویزیتوری.....
15.....	مزیت‌های ویزیتوری.....
17.....	حقوق ویزیتور چقدر است؟.....
18.....	نحوه محاسبه پورسانت ویزیتوری.....
18.....	هزینه‌های سفر کاری.....
18.....	عوامل بیش‌تر شدن پورسانت ویزیتوری.....
19.....	ویزیتوری تجهیزات پزشکی.....
19.....	چرا شغل بازاریابی را انتخاب کنیم؟.....
19.....	ویزیتور چه تفاوتی با بازاریاب دارد؟.....
20.....	قصد و هدف فروش کالا یا خدمات توسط ما.....
22.....	آفت‌ها و اشتباهاتی که باعث شکست در فروش می‌شود؟.....
24.....	روش‌های فروش و بازاریابی در ایران.....
24.....	بازاریابی ایرانی فقط رابطه‌مند!.....
26.....	پیگیری از مشتری ممنوع!.....
29.....	روش‌های فروش بیش‌تر در بازار ایران.....
30.....	ایرانی‌ترین روش‌های فروش.....
30.....	مشتریان ایرانی را نمک‌گیر کنیم.....
32.....	تبلیغ ممنوع! ضدتبلیغ آزاد!.....
34.....	سخن پایانی فصل اول.....

## فصل دوم

### 35..... مهارت‌های برنامه‌ریزی و باورهای فروشندگان حرفه‌ای

- 35..... برنامه‌ریزی جهت زمان بیدار شدن با استفاده از فرمول صبح جادویی
- 36..... نحوه پیاده‌سازی فرمول صبح جادویی
- 37..... یک روز بازاریاب و ویزیتور حرفه‌ای چگونه شروع و چگونه خاتمه می‌یابد؟
- 37..... مدل فکری و طرز فکر صحیح یک ویزیتور
- 38..... چند مثال از تفکر رشد و تفکر ایستا
- 40..... باور کنید پیش از آن که موفق شوید
- 40..... آیا شما باور قلبی دارید و یا فقط یک فروشنده‌اید؟
- 41..... چرا بعضی از فروشندگان موفق‌تر از دیگران هستند؟
- 42..... اعتمادبه‌نفس و عزت‌نفس در ویزیتوری
- 43..... شش اقدام برای رسیدن به آمادگی ذهنی
- 44..... فروشندگان عالی بلندپرواز هستند
- 44..... تصمیم بگیرید، که بهترین بشوید
- 45..... فروشندگان برجسته شجاع هستند
- 45..... بر ترس رد شدن غلبه کنید
- 46..... فروشندگان برجسته به کارشان متعهدند
- 47..... فروشندگان برجسته، حرفه‌ای هستند
- 48..... فروشندگان برجسته مسئول هستند
- 48..... برای موفقیت در فروش همه جوانب را در نظر بگیرید
- 48..... روی خودتان سرمایه‌گذاری کنید
- 49..... آماده‌سازی قبل از شروع به فروش
- 50..... برای موفقیت هر چه بیش‌تر در گام اول چک‌لیست آماده کنید
- 52..... روش گلدمن در آماده‌سازی
- 53..... هفت راز موفقیت در فروش را تمرین کنید
- 55..... سخن پایانی فصل دوم

## فصل سوم

### 56..... شناخت محصول، شناخت بازار و شناخت مشتریان

- 56..... شناخت کامل محصول، نقاط قوت، نقاط ضعف و وجوه تمایز آن
- 57..... شناخت هر چه بیش‌تر وجه تمایز محصولات ما نسبت به رقبا
- 58..... بخش‌بندی و رتبه‌بندی بازار
- 58..... فرایندهای الزام جهت ورود به بازار انتخاب‌شده چیست؟

58	چه نوع محصولاتی را باید به آن بازار معرفی کرد؟
59	کسب اطلاعات اولیه از هر مشتری مورد نظر
59	چهار سؤال مهم
60	پیدا کردن تصمیم‌گیرندگان اصلی در هر بازار
60	یک نکته مهم: همه مشتری شما نیستند
62	با همه مشتریان یکسان برخورد نکنید!
62	به فکر روحیه تیم باشید
62	سخن پایانی فصل سوم

## فصل چهارم

### چگونگی معرفی محصول و ارائه کاتالوگ

63	پنج مرحله مهم در معرفی محصول
64	داشتن چک‌لیست در معرفی محصول بسیار مهم است
66	روش معرفی و ارائه کالاهای جدید
66	گام‌های طلایی در معرفی محصول جدید
70	چگونه به‌واسطه کالای جدید، فروش بیش‌تری داشته باشیم
70	پیشنهاد فروش منحصر به فرد چیست؟
71	چرا شما به یک پیشنهاد فروش منحصر به فرد نیاز دارید؟
71	چه چیزی باعث ایجاد USP عالی می‌شود؟
73	استفاده از روش آیدا در فروش AIDA
73	اولین مرحله آگاهی یا Attention
73	دومین مرحله علاقه یا Interest
74	سومین مرحله خواستن یا Desire
74	چهارمین مرحله اقدام یا Action
74	استفاده از قیف فروش یا قیف بازاریابی
74	قیف فروش چیست؟
76	مزایا و اهمیت قیف فروش در کسب و کارها
77	مراحل قیف فروش که هر مشتری آن را طی می‌کند
78	مدل FAB یا مدل ویژگی/مزیت/منفعت
80	سخن پایانی فصل چهارم

## فصل پنجم

### تکنیک‌ها و روش‌های صحیح ارتباطی ..... 81

- 81 ..... تماس اولیه و معرفی
- 84 ..... بررسی دکور فروشگاه، چشم‌انداز درونی و بیرونی جهت بازگشایی گفت‌وگو
- 84 ..... مشخص کردن فرد تصمیم‌گیرنده در فروشگاه
- 84 ..... مهارت خوب گوش کردن را یاد بگیرید.
- 85 ..... گوش دادن با شنیدن یکی نیست.
- 86 ..... 10 اصل خوب گوش دادن
- 88 ..... شناخت مهارت‌های زبان بدن
- 88 ..... چرا به کارگیری و شناخت زبان بدن آنقدر مهم است؟
- 89 ..... آموزش زبان بدن در بازاریابی
- 89 ..... شاخص‌های مهم زبان بدن در فروش و فروشندگی
- 93 ..... نتیجه‌گیری
- 93 ..... بهترین ساختار فروش
- 95 ..... روش‌های ورود به ذهن مشتریان و کسب اطلاعات
- 96 ..... تماس فیزیکی و دست دادن مناسب
- 98 ..... شناخت دیدگاه‌ها و نظرات مشتریان
- 98 ..... تلاش برای جلب اعتماد مشتری
- 100 ..... بررسی دیدگاه مشتری نسبت به بازار و فروش کالا
- 101 ..... ارزیابی کامل مشتری با جنبه‌های مختلف
- 101 ..... کشف انگیزه‌های خرید
- 101 ..... مهم‌ترین انگیزه‌های خرید در مشتری
- 103 ..... داستان‌هایی برای فروش
- 103 ..... بزرگ‌ترین رهبر تاریخ کیست؟
- 104 ..... داستان‌گویی برای فروش
- 105 ..... سخن پایانی فصل پنجم

## فصل ششم

### نحوه مدیریت اعتراضات مشتری ..... 106

- 107 ..... همواره توان «نه» شنیدن را داشته باشید.
- 108 ..... نه شنیدن در فروش
- 110 ..... فرایند شش مرحله‌ای مدیریت اعتراضات و اداره کردن مخالفت مشتریان
- 111 ..... چگونه اعتراضات مشتریان را تبدیل به فرصتی برای فروش کنیم؟

112	..... روش از میان برداشتن
113	..... تمرینات عملی
113	..... چگونگی تبدیل نه به بله مشتریان
114	..... انواع کلی پاسخ‌های منفی
115	..... برای دریافت سفارش از مشتری حداقل 5 بار پیگیری لازم است.
116	..... عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری خرید
116	..... پنج عامل تصمیم‌گیری در خرید
117	..... ترتیب پنج عامل تصمیم‌گیری در خرید
120	..... سخن پایانی فصل ششم

### فصل هفتم

#### 121..... روش‌های سفارش‌گیری و جمع‌بندی فروش

121	..... جمع‌بندی و قطعی کردن فروش
122	..... 6 شرط مهم برای نهایی کردن فروش
126	..... برخی از تکنیک‌های فروش
129	..... الزامات جمع‌بندی فروش
130	..... چه زمانی باید فروش را قطعی بدانیم.
130	..... اقدامات لازم جهت بستن فروش
130	..... نکات عملی برای قطعی کردن فروش
131	..... سخن پایانی فصل هفتم

### فصل هشتم

#### 132..... موجودی‌گیری و رسیدگی به وضعیت کالا

132	..... اقداماتی که در فروشگاه مشتریان باید انجام شود.
134	..... اعتبارسنجی که یک بازاریاب باید انجام دهد.
135	..... آلام‌های بدحسابی مشتری
138	..... روش‌های وصول معوقات
141	..... ثبت گزارشات و ارزیابی عملکرد
142	..... نحوه ارزیابی عملکرد فردی
143	..... نحوه ارزیابی عملکرد سازمانی
144	..... سخن پایانی فصل هشتم

## فصل نهم

### 145..... روش‌های مدیریت ارتباط با مشتری و وفادارسازی آن‌ها

- 145 ..... روش‌های وفادارسازی مشتریان  
145 ..... مشتری  
146 ..... آمار و ارقام مهم مشتری‌مداری  
147 ..... روش‌های افزایش ویزیت مثبت  
148 ..... سخن پایانی فصل نهم

## فصل دهم

### 149..... توصیه‌ها و اقدامات کاربردی جهت موفقیت بیش‌تر در فروش

- 149 ..... 10 راز موفقیت سام والتون بنیان‌گذار فروشگاه زنجیره‌ای وال مارت  
151 ..... در هر کاری از قانون 20/80 استفاده کنید.  
153 ..... نکته‌های مهم برای فروش حضوری  
154 ..... فروش حضوری  
157 ..... موفق‌ترین افراد در زمینه فروش  
157 ..... فروشندگان ممتاز  
157 ..... استراتژی‌های فروش  
157 ..... اهمیت استراتژی فروش در چیست؟  
160 ..... سخن پایانی فصل دهم



خط‌مشی انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌هایی با کیفیت عالی است که تواند  
خواسته‌های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد.  
هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شغلی و علمی

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی و آموزشی گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌گی علوم و سرعت توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه، نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش برجسته نموده است.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران و محققان در زمینه‌های گوناگون و مورد نیاز جامعه تلاش نموده برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پُر بار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهد.

کتابی که در دست دارید با همت "جناب آقای محمدرضا طائی" و تلاش جمعی از همکاران انتشارات میسر گشته که شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

**با نظرات خود مشوق و راهنمای ما باشید**

با ارائه نظرات و پیشنهادات و خواسته‌های خود، به ما کمک کنید تا بهتر و دقیق‌تر در جهت رفع نیازهای علمی و آموزشی کشورمان قدم برداریم. برای رساندن پیام‌هایتان به ما از انواع رسانه‌های دیباگران تهران شامل سایتهای فروشگاهی و صفحه اینستاگرام و شماره‌های تماس که در صفحه شناسنامه کتاب آمده استفاده نمایید.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران  
dibagaran@mftplus.com

## مقدمه

خدا را شکر می‌کنم بابت اینکه این توفیق را نصیب من کرد تا بتوانم در اواخر مردادماه 1400 چهارمین کتاب خودم را به پایان برسانم، کتابی که برای نوشتن آن چندین ماه زمان صرف کردم و تمام تلاش خودم را به کار بستم تا بتوانم یک گام دیگر در راستای رسالت خودم بردارم، رسالتی که برای من پر از تجارب ارزشمند بوده‌است، که بابت تک‌تک آن‌ها اتفاقات بسیار خوبی برای بنده رقم خورده‌است. هدف از نگارش این کتاب کمک به ویزیتورها و بازاریاب‌های کشورم است؛ برای اینکه بتوانند در شغل خود پیشرفت بیشتری داشته باشند و این شغل را یک کار دم‌دستی و پیش‌پافتاده در نظر نگیرند، هم‌چنین اگر قصد دارند به موفقیت برسند، این شغل می‌تواند به آن‌ها بسیار کمک کند.

در کشور ما نیاز تغییر باورهای فروشندگان اهمیت بسیار بالایی دارد، دلیل اینکه تعداد ویزیتورها یا فروشندگان حرفه‌ای و موفق در کشور بسیار کم است و همواره همه شرکت‌ها به دنبال جذب نیروی فروش مناسب هستند، همین موضوع است. موضوعی که وقتی در آن عمیق‌تر می‌شویم، بیش‌تر به مسائل و مشکلاتش پی می‌بریم. امروزه کشور ما دچار تورم‌های بسیار سنگین است و سال‌به‌سال خرج و دخل مردم با هم جور در نمی‌آید؛ ولی این شغل یکی از مشاغلی است که می‌تواند به شما کمک کند تا در شرایط سخت هم درآمد خوبی داشته باشید و بتوانید زندگی خوبی را برای خود و خانواده‌تان بسازید.

در این کتاب سعی کرده‌ام که صحبت‌ها، مثال‌ها و بحث‌ها همگی متناسب با بازار و شرایط ایران باشد؛ چرا که خود من هم 10 سالی است که در زمینه فروش فعالیت دارم و از نزدیک مشکلات و مسائل فروش را به‌خوبی درک کرده و لمس می‌کنم.

این کتاب در 10 فصل بخش‌بندی شده‌است و هر بخش تیکه‌ای از پازل موفقیت در فروش است، که باید روی تک‌تک فصل‌ها و مطالب گفته‌شده کاملاً تمرکز کنید، مطالب مهم گفته‌شده را یادداشت کرده و برای پیاده‌سازی آن‌ها وقت صرف کنید؛ در غیر این صورت این کتاب نمی‌تواند به شما کمک کند. فروش یک موضوع مهارتی است، مهارت هم با تکرار و تمرین به دست می‌آید، شما باید با مشکلات، سختی‌ها و چالش‌های فروش روبه‌رو شوید تا بتوانید از آن‌ها عبور کنید، باید با ترس‌های خودتان روبه‌رو شوید تا بتوانید به موفقیت برسید.

همواره این موضوع را به یاد داشته باشید، که بسیاری از افراد موفق در کشور ما و در دنیا به دلیل یادگیری فروش بوده‌است، که امروزه به درجات بالا رسیده‌اند؛ پس بدانید که رمز موفقیت و بقای هر کسب‌وکاری فروش است و شما این فرصت طلایی را دارید تا بتوانید مانند افراد موفق بدرخشید.

فقط نیاز به کمی پشتکار، سماجت، امید و انگیزه دارید تا بتوانید متفاوت باشید و متمایزتر از دیگران عمل کنید. خود من هم همواره تمام تلاشم را کرده‌ام که متفاوت عمل کنم، اطلاعات خوبی را در اختیار مشتریانم قرار دهم، به آن‌ها مشاوره‌های مناسب ارائه کنم، اعتماد آن‌ها را جلب کنم و کاری کنم که از اینکه با من همکاری دارند، خوشحال و راضی باشند؛ اما هیچ‌گاه به کم قانع نبودم، هیچ‌گاه نخواستم در همان پله بمانم و همواره به دنبال پله‌های بالاتر بودم. تاکنون کلاس‌های فروش زیادی برگزار کرده‌ام و در اکثر آن‌ها متوجه این موضوع شده‌ام، که چقدر ما نیاز به آموزش داریم، چقدر خودمان را دانشمند می‌دانیم و چقدر بدون داشتن مهارت اقدام می‌کنیم و خب نتایج و مشکلات

آن را هم داریم می‌بینیم، امیدوارم با این کتاب و سایر کتاب‌ها و اقدامات دیگری که انجام داده‌ام بتوانم مسیر زندگی یک نفر را بهتر کنم و او را به سمتی ببرم که آینده درخشانی داشته باشد.

از طریق راه‌های ارتباطی زیر می‌توانید با من در ارتباط باشید و نظرات، پیشنهادات و انتقادات خودتان را با من در میان بگذارید. هم‌چنین اگر سؤالاتی داشتید می‌توانید با بنده در تماس باشید.

شاد و پیروز و موفق باشید ...

راه‌های ارتباطی با نویسنده: محمدرضا طائی

تلفن همراه: 09183625287

ایمیل: Info@sallesacademy.com

اینستاگرام: @mohammadreza.taie

وبسایت: www.sallesacademy.com

## تقدیر و تشکر

کتاب چهارم من به لطف خدا به چاپ رسیده است، باید از افرادی که زحمات زیادی برای بنده کشیده و همیشه حامی من بوده اند به صورت ویژه تشکر کنم.

ابتدا از پدر و مادر عزیزم، که دعای خیر آن‌ها بدرقه راه من بوده و هست، تشکر می‌کنم و برای آن‌ها آرزوی سلامتی و طول عمر دارم.

همسر عزیزم که همیشه من را تشویق کرده و در رسیدنم به این مرحله بسیار از خودگذشتگی داشته و دوری‌های من را تحمل نموده، بسیار تشکر و قدردانی می‌کنم.  
و برادر عزیزم که همیشه و همه جا در کنار من بوده است.

### سایر کتاب‌های نویسنده:

کتاب اول: باورها و ویژگی‌های فروشندگان حرفه‌ای

کتاب دوم: چگونه از طریق مدیریت ارتباط با مشتریان کسب و کار خود را موفق کنید.

کتاب سوم: مدیریت فروش حرفه‌ای متناسب با بازار ایران

و کتاب چهارم: روش‌های بازاریابی و ویزیتوری حرفه‌ای فروش

## تعهد نویسنده

من به‌عنوان نویسنده این کتاب به شما قول می‌دهم، که در پایان این کتاب شما تبدیل به یک ویزیتور حرفه‌ای، متفاوت و موفق شوید، که بتوانید نسبت به گذشته تفاوت‌های محسوس‌تری در روند فروش و کسب درآمد خود ایجاد کنید؛ البته شرط اصلی آن این است که تمامی موارد گفته‌شده را با برنامه‌ریزی در کار خودتان پیاده‌سازی کنید، برنامه برای اینکه چه زمانی و چگونه می‌خواهید اقدام کنید و باید چه تغییراتی ایجاد کنید.

آیا با من همراه خواهید شد؟

لطفاً به خودتان قولی بدهید و آن را مکتوب کنید:

به‌عنوان مثال: من ..... متعهد می‌شوم این کتاب را تا تاریخ ..... مطالعه کنم و تمامی مطالب و راهکارهای آن را جهت بهبود مهارت‌های خودم به کار ببرم.

نام و نام خانوادگی

امضاء