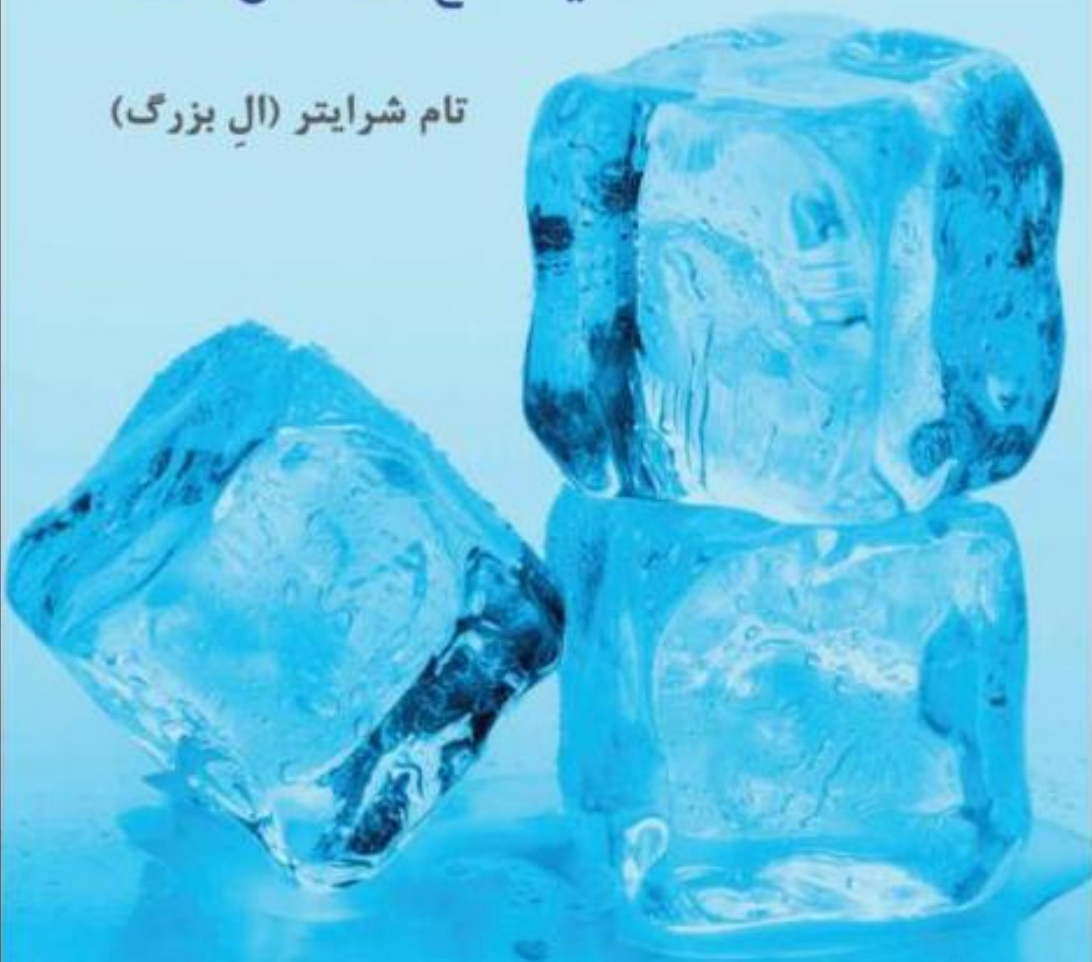


یخ شکن ها

تام شرایتر (الِ بزرگ)



چه کار کنیم که مشتری اصرار کند کار را به او معرفی کنیم.

Western B.U.T

مترجم: علی معتمدی

یخ شکن ها

چه کار کنیم که مشتری اصرار کند کار را به او معرفی کنیم

تام شرایتر (الِ بزرگ)

علی معتمدی

انتشارات رخداد کویر



چاپ اول

تابستان ۱۳۹۵



@Networkpak



سرشناسه:	شرایتر، تام _ Schreiter, Tom
عنوان و نام پدیدآور:	یخ شکن ها : چه کار کنیم که مشتری اصرار کند کار را به او معرفی کنیم/ تام شرایط (ال بزرگ)؛ مترجم علی معتمدی.
مشخصات نشر:	مهریز، رخداد کویر، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری:	۱۱۲ ص؛ ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۹۵۵۷۹-۳-۶
وضعیت فهرست نویسی:	فیپا
یادداشت:	عنوان اصلی: Ice breakers : how to get any prospect to beg you for a presentation
شناسه افزوده:	معتمدی، علی، ۱۳۶۱، مترجم
شماره کتابشناسی ملی:	۴۲۲۳۵۴۵



www.rokhdadkavir.ir

info@rokhdadkavir.ir

یخ شکن ها - چه کار کنیم که مشتری اصرار کند کار را به او معرفی کنیم
Ice breakers : how to get any prospect to beg you for a presentation

مؤلف : تام شرایط (ال بزرگ)

مترجم : علی معتمدی

صفحه آرایي : محبوبه شارقى

شمارگان : ۲۲۰۰ نسخه

نوبت چاپ : اول

سال چاپ : تابستان ۱۳۹۵

تلفن : ۰۹۱۹۸۰۰۸۴۳۴

قیمت : ۶۵۰۰ تومان

حق چاپ برای انتشارات رخداد کویر محفوظ است.

فهرست

۷	 مقدمه
۸	 اوه! وای! آخ!
۱۱	 چرا من باید جان بکنم و تو پولدار و خوشبخت باشی؟
۱۴	 مشتری احتمالی همه جا هست، به شرطی که بدانید چه حرفی باید بزنید
۱۷	 هر جای دنیا که می‌روم این اتفاق می‌افتد
۱۹	 گول این تصورات غلط را نخورید
۲۴	 اولین کلمات دلپره‌آور خطاب به خواهرم
۳۰	 فرمول شماره‌ی ۱
۳۴	 بیاید کمی با این فرمول بازی کنیم
۴۴	 آیا این روش برای مشتری‌های بازار سرد هم جواب می‌دهد؟
۴۹	 وقت مهمانی است
۵۰	 این کار را نکنید! فقط مثال است و بس!
۵۲	 فرمول شماره‌ی ۲
۶۰	 فرمول شماره‌ی ۳ (بهترین مشتری‌های احتمالی)
۷۳	 فرمول شماره‌ی ۴ (به وجود آوردن مشتری احتمالی)
۷۹	 فرمول شماره‌ی ۵
۹۲	 نتورک‌های خیلی خیلی خجالتی هم می‌توانند این کار را بکنند
۹۵	 فرمول شماره‌ی ۶
۱۰۳	 و سرانجام
۱۰۷	 درباره‌ی نویسنده

روی عکس‌های زیر کلیک کنید



روی عکس های زیر کلیک کنید



مقدمه

“موفقیت سرنخ دارد”

بله، درست است، ولی شکست هم سرنخ دارد. سال ۱۹۷۲ بود و من تازه وارد حرفه‌ی بازاریابی شبکه‌ای شده بودم. سعی می‌کردم قرار ملاقات بگذارم، ولی مشتری احتمالی می‌گفت، «نه.» سعی می‌کردم با مشتری‌های احتمالی سر صحبت را باز کنم، ولی آنها به سرعت موضوع بحث را عوض می‌کردند و دنبال بهانه می‌گشتند تا از من خداحافظی کنند. من آگهی دادم که دنبال مشتری “جدی” هستم، ولی مشتری‌ها جواب می‌دادند که علاقه‌ای به پیشنهاد من ندارند.

سرنخ این شکست‌ها چه بود؟

همه‌ی صحبت‌های من با این جمله‌ی ثابت شروع می‌شد که این کار فوق‌العاده است. این جمله مشتری احتمالی را وادار می‌کرد که بگوید، «نه.» تکرار مکرر این جمله‌ی غلط و نسنجیده در خطاب به هر مشتری احتمالی جدیدی مشکل را حل نکرد. مشکل این بود که از کلمات غلط استفاده می‌کردم.

تا وقتی کلمات ابتدای صحبت‌م (یخ‌شکن‌ها) را عوض نکردم، هیچ تغییری در وضعیت کاری من به وجود نیامد. حالا کتابی در دست شما است که یخ‌شکن‌های تجربه‌شده و جواب‌داده را در اختیارتان می‌گذارد تا دنباله‌ی سرنخ شکست را بگیرید.

تام شرایتر (الِ بزرگ)

روی عکس‌های زیر کلیک کنید



اوه! وای! آخ!

- «تو برنامه‌ای برای درآمد اضافی داری؟»
 - «من تویه کار عالی با محصولات عالی با شرکت عالی با طرح بازپرداخت عالی با آموزش‌های عالی... هستم.»
 - «تا حالا فکر کردی که چه گزینه‌هایی برای پول درآوردن داری؟»
 - «معلومه که همه‌ش تو کارت شکست خوردی. دوست داری موفق باشی؟»
 - «دوست داری توی این اوضاع اقتصاد داغون اوضاع مالی تو معرکه باشه؟»
 - «نکنه می‌خوای تا آخر عمرت کارمند بمونی؟»
 - «دوست داری از چند جا درآمد خوب داشته باشی؟»
- بله، اینها یخ‌شکن‌هایی هستند برای شروع صحبت، ولی خیلی خیلی بد هستند. حتا اگر این مثال‌ها بلافاصله با واکنش منفی مشتری احتمالی همراه نباشند، قطعاً راه درستی را برای نزدیک شدن به مشتری احتمالی انتخاب نکرده‌ایم.
- ما همه با مردم صحبت می‌کنیم. مشکل این است که ما بد صحبت می‌کنیم.
- ما ترسی نداریم که با مردم صحبت کنیم. خیلی راحت می‌گوییم، «سلام، حالت چطوره، چه خبر؟»
- ولی بین اینکه بگوییم:

روی عکس‌های زیر کلیک کنید



«سلام، حالت چطوره؟ چه خبر؟»

و بگوئیم:

«می‌خواهی توی بازاریابی شبکه‌ای کار کنی؟»

فرق زیادی هست.

و این فرق زیاد ما را می‌ترساند. سخت است که از صحبت دوستانه سراغ صحبت کاری و معرفی کسب‌وکارتان بروید و این حس به شما دست ندهد که مخاطبان شما را فروشنده‌ی سمج و پررو ببینند. ما باید "یخ را بشکنیم" و کارمان را جوری معرفی کنیم که از نظر اجتماعی پذیرفته باشد.

اگر ندانیم که چطور مؤدبانه و جذاب این کار را انجام دهیم، کارمان را محرمانه نگه می‌داریم، و هیچ‌کس از کسب‌وکار ما باخبر نمی‌شود و کسی هم وارد کسب‌وکار ما نمی‌شود.

از طرفی، ما نمی‌خواهیم که رابطه‌مان را با دیگران خراب کنیم، و نمی‌خواهیم که از فامیل و آشنا سوءاستفاده کنیم. اما اگر روش‌مان را درست نکنیم، اگر ندانیم که چه کار باید بکنیم، دیگر کسی برای صحبت کردن باقی نمی‌ماند.

به این راز جالب دقت کنید.

تنها فرق میان کسانی که بی‌نهایت مشتری در بازاریابی شبکه‌ای دارند و کسانی که اصلاً مشتری ندارند در روش حرف زدن‌شان است. شما باید این مهارت را داشته باشید که دقیقاً بدانید از چه کلماتی استفاده کنید تا بتوانید در حین گفت‌وگو بحث را به کسب‌وکار خود بکشانید و مشتری احتمالی را

روی عکس‌های زیر کلیک کنید



برای پرزنت شدن دعوت کنید.

ببینید، ما نگرش خوبی به کار داریم. در جلسات شرکت کرده‌ایم. به شرکت خود اعتقاد داریم. هدف داریم. می‌دانیم چه چیزی می‌خواهیم. انگیزه داریم. خوش بین هستیم. ما همه‌ی اینها را داریم.

تنها چیزی که نداریم این دو مهارت است که دقیقاً چه چیزی بگوییم و دقیقاً چه کاری انجام دهیم. خبر خوب این است که می‌توانیم این مهارت‌ها را یاد بگیریم.

اکثر بازاریابان شبکه‌ای طرح بازپرداخت مشابه، حوزه‌ی فعالیت مشابه، محصول مشابه، و قیمت مشابه دارند. همه‌ی شرایط در حرفه‌ی آنها مشابه است مگر یک چیز، اینکه:

”چه چیزی می‌گویند و چه کاری می‌کنند.“

اینکه ”چه چیزی می‌گویند و چه کاری می‌کنند،“ نه اینکه چه شرایطی دارند، تعیین‌کننده‌ی رقم چک‌های آنهاست.

پس الان وقتش است که یاد بگیرید که از جمله‌های بهتری استفاده کنید. پس شروع می‌کنیم.

روی عکس های زیر کلیک کنید



چرا من باید جان بکنم و تو پولدار و خوشبخت باشی؟

فرض کنیم ما هر دو توزیع کننده هستیم. بعد از یک جلسه‌ی هفتگی فروش، من به رستوران دنی می‌روم تا شام دیروقت بخورم. پشت یک میز می‌نشینم و پیشخدمت می‌آید و می‌گوید:

«چی میل دارید؟»

من جواب می‌دهم، «اوه، یه همبرگر، یه ظرف سیب‌زمینی سرخ‌کرده، یه سالاد یک‌نفره، یه سالاد سزار، کمی ماکارونی و پنیر، نان سیر، یک قره‌قاپ، پای سیب، بستنی، مقداری کیک شکلاتی، و یه دونه نوشابه‌ی رژیمی.»

پیشخدمت غذا را می‌آورد. من غذا را می‌خورم. راه می‌افتم به سمت پارکینگ که سوار ماشینم شوم و با خود می‌گویم،

«عجب کاریه این. هیچ‌کس اینجا علاقه‌ای به امتحان کردن فرصت کاری جدید نداره. هیچ‌کس شغل پاره‌وقت نمی‌خواد. هیچ‌کس نمی‌خواد پول بده و کسب‌وکار جدیدی رو راه بندازه. هیچ‌کس نمی‌خواد فروشنده بشه. همه فقط می‌خوان وقتی رفتن خونه تلویزیون تماشا کنن. عجب کاریه این.»

حالا شما در همان جلسه‌ی هفتگی فروش شرکت کرده‌اید. بعد از جلسه، به رستوران دنی می‌روید تا شام دیروقت بخورید. شما پشت میز کناری من می‌نشینید، و همان پیشخدمت پیش شما می‌آید و می‌گوید،

«چی میل دارید؟»

روی عکس‌های زیر کلیک کنید



شما می‌گویید، «دوست داری همیشه پیشخدمت باشی یا به فکر یه فرصت کاری دیگه‌ای ام هستی؟»

پیشخدمت چندثانیه‌ای به فکر فرو می‌رود و می‌گوید، «چی؟»

شما تکرار می‌کنید، «دوست داری همیشه پیشخدمت باشی یا به فکر یه فرصت کاری دیگه‌ای ام هستی؟»

پیشخدمت سریع می‌گوید، «تا چه کاری باشه. من نمی‌خوام تا آخر عمرم اینجا پیشخدمتی کنم. حالا چه کاری هست؟»

شما جواب می‌دهید، «خُب، حالا نمی‌تونم باهات صحبت کنم. تو الان کار داری.»

پیشخدمت حرف شما را قطع می‌کند و می‌گوید،
 «خُب، بروشور همراه خودت داری؟ می‌تونی آدرس وبسایت شرکتت رو بدی؟ شماره تلفنت چنده؟ کارت ویزیت داری؟ سی‌دی یا دی‌وی‌دی داری؟ دقیقاً چه کاری هست؟ نیم ساعت دیگه نوبت استراحت من می‌رسه. می‌تونم پیام تو ماشینت که برام توضیح بدی. کی می‌تونی توضیح بدی؟»

شما شام‌تان را در رستوران دنی تمام می‌کنید و به سمت ماشین‌تان می‌روید و با خودتان می‌گویید،

«عجب کاریه این. نمی‌تونم با خیال راحت شاممو بخورم. مردم امان نمی‌دن، درباره‌ی کار می‌پرسن و می‌خوان که کار رو بهشون معرفی کنم. مجبورم مشتری‌ها رو رد کنم تا بتونم غذامو بخورم!»

روی عکس‌های زیر کلیک کنید



فرق من و شما چی بود؟

ما هر دو به رستوران دنی رفتیم تا غذا بخوریم. یک پیشخدمت پیش هر دو ما آمد. تنها فرقی این است که شما از کلمات متفاوتی استفاده کردید. چون شما از "کلمات سنجیده" متفاوتی استفاده کردید، مشتریهای احتمالی فراوانی از شما خواهش می کنند که کار را به آنها معرفی کنید. در نتیجه، کسب و کارتان گُل می کند و به رؤیاهای تان می رسید. و چون من از "کلمات نسنجیده" استفاده کردم، شاکی هستم که هیچ کس نمی خواهد وارد مجموعه ای من شود. در نتیجه، سرخورده و از بازاریابی شبکه ای ناراضی می شوم.

تنها فرقی که در این سناریو وجود دارد این است که شما از کلمات متفاوتی استفاده کردید. بقیه ی چیزها مشابه بود.

این چند کلمه («دوست داری همیشه پیشخدمت باشی یا به فکر یه فرصت کاری دیگه ای ام هستی؟») من را، منی که ناراضی و سرخورده و بدون درآمد هستم، از شمایی که یک عالمه مشتری دارید و به رؤیاهای تان رسیده اید جدا می کند.

تنها چند کلمه ی سنجیده.

روی عکس های زیر کلیک کنید



مشتري احتمالي همه جا هست،
به شرطی که بدانید چه حرفی باید بزنید

بعد از آن روز، من برای دوربینم باید باتری بخرم. به یک مغازه‌ی لوازم الکترونیکی می‌روم و یک باتری انتخاب می‌کنم. به سمت صندوقدار می‌روم و می‌گویم،

«این باتریو برمی‌دارم. چند می‌شه؟»
صندوقدار جواب می‌دهد، «۱ دلار. گارانتی هم می‌خواين؟»
با شهامت می‌گویم، «نه، نه، نه، ۱ دلارو ريسک می‌کنم.»
از مغازه بیرون می‌روم و زیر لب می‌گویم،

«عجب کاریه این. هیچ‌کس توی این شهر دنبال فرصت کاری خوب نیست. هیچ‌کس نمی‌خواد درآمدش بیشتر بشه. همه از شغلشون راضی هستن. هیچ‌کس فروشنده نیست. همه فکر می‌کنن این کار مٹ شرکت‌های هر میه. عجب کاریه این.»

شما درست پشت سر من توی صف می‌ایستید و منتظر می‌شوید نوبت‌تان شود. بعد از اینکه من پول باتری را حساب می‌کنم و از مغازه بیرون می‌روم، شما مقابل همان صندوقدار می‌ایستید و می‌گویید،

«این باتریو برمی‌دارم. چند می‌شه؟»
صندوقدار می‌گوید، «۱ دلار. گارانتی هم می‌خواين؟»
شما می‌گویید، «نه، ريسک می‌کنم. ولی برام جالبه بدونم تا حالا به این فکر کردی که یه کار مال خودت داشته باشی که مجبور نباشی هفته‌ای ۴۰

روی عکس های زیر کلیک کنید



ساعت برای یکی دیگه کار کنی؟»

صندوقدار لحظه‌ای فکر می‌کند و می‌گوید، «چی؟»
شما تکرار می‌کنید، «تا حالا به این فکر کردی یه کار مال خودت داشته باشی که مجبور نباشی تا آخر عمرت هفته‌ای ۴۰ ساعت برای یکی دیگه کار کنی؟»

صندوقدار لبخند می‌زند و می‌گوید، «نه، راستش نه، برای همینه که اینجا با حداقل دستمزد کار می‌کنم.»

و شما می‌گویید،

«حُب، می‌دونم که سرت شلوغه و وقت نداری با کار من آشنا بشی، ولی اگه بعداً خواستی درباره‌ی کار من بیشتر بدونی، این کار تو بگیر و به من زنگ بزن.»

وقتی به سمت درِ مغازه راه می‌افتید، صندوقدار می‌گوید، «ببین، چرا بعداً زنگ بزنم، همین الان بگو. بگو کارت چیه.»

شما جواب می‌دهید، «تو الان سر کاری، نمی‌تونم باهات صحبت کنم.»
صندوقدار هول می‌کند.

«چقد عجله داری. بیا این شماره‌ی خونه‌ی منه. فردا ساعت ۵ بعدازظهر خونه‌ام. به خونه‌ام زنگ بزن. اگه احیاناً خونه نبودم به موبایلم زنگ بزن. اگه موبایلم دسترس نبود، برام پیام صوتی بذار. فوراً بهت زنگ می‌زنم. الان کاتالوگی، بروشوری، چیزی داری که ببینم؟ وبسایت چطور؟ حالا یه کم از

روی عکس‌های زیر کلیک کنید



کارت بگو.»

وقتی دارید به سمت ماشین تان می‌روید، می‌گویید،
«عجب کاریه این. نمی‌تونم با خیال راحت یه باتری بخرم. مردم دربارهی
کار می‌پرسن خواهش می‌کنن کارو بهشون معرفی کنم.»

فرقش چه بود؟

شما به خرید می‌روید و مشتری‌های احتمالی از شما خواهش می‌کنند که کار
را به آنها معرفی کنید. من به همان مغازه می‌روم، همان آدم‌ها را می‌بینم، ولی
مشتری احتمالی پیدا نمی‌کنم.

چه فرقی دارد؟

من و شما در برخوردمان با مردم از **کلمات متفاوتی** استفاده کردیم.

اگر مفهوم یخ‌شکن‌ها را درست متوجه شویم، یک عالمه مشتری پیدا
می‌کنیم و کارمان می‌گیرد. اگر در برخورد با مردم، از «کلمات نسنجیده»
استفاده کنیم، بازاریابی شبکه‌ای برای ما کار مزخرف و چرتی می‌شود.

روی عکس‌های زیر کلیک کنید





یخ‌شکن‌ها اولین کلمات از گفت‌وگوی ما با مشتری احتمالی برای معرفی محصول یا فرصت شغلی مد نظرمان هستند. کلماتی که ما به عنوان یخ‌شکن‌های خود انتخاب می‌کنیم یا باعث شکل‌گیری یک کسب‌وکار موفق بازاریابی شبکه‌ای می‌شوند یا موجب شکست ما در این کسب‌وکار.

اکثر بازاریاب‌های شبکه‌ای تازه‌وارد سخت کار می‌کنند، اما چون نمی‌دانند دقیقاً از چه کلمات سنجیده‌ای برای صحبت با مشتری احتمالی استفاده کنند، در جذب او ناکام می‌شوند. این تجربه‌ی تلخ اگر چندبار تکرار شود، بازاریاب شبکه‌ای تحت تأثیر قرار می‌گیرد. اما اگر او با مفهوم یخ‌شکن‌ها و کلمات سنجیده آشنا باشد، مشتری‌یابی برای او کار بسیار راحت و حتی نوعی تفریح می‌شود.

این کتاب شامل چندین فرمول مؤثر با مثال‌های متعدد است که می‌توانید با کمک آنها مفهوم یخ‌شکن‌ها را خوب یاد بگیرید و دیگر نگران پیدا کردن مشتری احتمالی یا دعوت از او برای شرکت در جلسه‌ی معرفی نباشید، چون از این به بعد مشتری احتمالی خودش اصرار می‌کند که کار را به او معرفی کنید.



قیمت: ۶۵۰۰ تومان

