

بازاریابی  
آموزش



دکتر ابوالفضل نقی زاده اقدم خانقاہ  
پژوهشکده دانشگاهی علوم و فنون آتیه



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# تکنولوژی فکر و آموزش بازاریابی

تألیف :

دکتر ابوالفضل نقی زاده اقدم خانقاہ

پژوهشکده دانشگاهی علوم و فنون آتیه



انتشارات موجک



سرشناسه	: نقی زاده اقدم خانقاہ، ابوالفضل، ۱۳۵۹.
عنوان و نام پدیدآور	: تکنولوژی فکر و آموزش بازاریابی / تالیف: دکتر ابوالفضل نقی زاده اقدم خانقاہ.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات موجک، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۹۲ ص: ۴ وزیری.
شابک	: ۰۸-۰۸۳۰۷-۶۰۰-۹۷۸، ۱۵۰۰۰ ریال.
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: بازاریابی
موضوع	: Marketing
موضوع	: موفقیت در کسب و کار
موضوع	: Success in business
ردیه بندی کنگره	: HF ۵۴۱۵ / ۸ ت ۷ ن ۱۳۹۵:
ردیه بندی دیوبی	: ۶۵۸/۸:
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۲۳۹۷۷۰

### انتشارات موجک

مدیر مسئول: دکتر مجید رستمی بشمنی  
 تلفن مرکز پخش: ۰۹۰۱۷۶۷۲۵۰۲ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳  
 Email: mojakpublication@yahoo.com  
 Web: www.mojak.ir



عنوان: تکنولوژی فکر و آموزش بازاریابی  
 تالیف: دکتر ابوالفضل نقی زاده اقدم خانقاہ  
 ویرایش توسط: خانم مهندس مریم پورعلی  
 باهمکاری: پژوهشکده دانشگاهی علوم و فنون آریه  
[www.pdofna.ir](http://www.pdofna.ir)  
 طراح جلد: سیده زهرا روشنایی  
 مشخصات ظاهری: ۹۲ صفحه، قطعه وزیری  
 چاپ اول: تابستان ۱۳۹۵  
 تیراژ: ۱۰۰۰ جلد - قیمت: ۱۵۰۰۰ ریال  
 شابک: ۰۸-۰۸۳۰۷-۶۰۰-۹۷۸  
 حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

## فهرست مطالب

### صفحه

### عنوان

۱	سرفصل‌های آموزش بازاریابی و فروشنده‌گی حضوری
۱	تعریف بازاریابی
۱	خصوصیات اخلاقی و ویژگی‌های یک بازاریاب موفق
۲	تعداد مذاکرات لازم برای موفقیت (استاندارد بازاریابی در دنیا): (قیف فروش)
۲	تکنیک‌های مذاکره تلفنی
۳	مذاکرات حضوری و نکات مهم آن
۴	سلسله مراتب نیازها (ئوری ابراهام مازلو)
۴	انواع مختلف تقاضا
۵	رابطه بین تولید و فروش (کالا، خدمات، تحصیلات، توانایی، زمان و...)
۵	بررسی میزان اهمیت دادن به خواسته مشتریان
۶	عواملی که سبب اعتراض مشتریان می‌شود
۶	تمهیدات لازم برای افزایش فروش
۷	توصیه‌هایی برای شما دوستان و همراهان عزیز
۹	آموزش عملی اصول و فنون موفقیت در فروش
۹	مقدمه
۹	فصل اول: فروش چیست؟
۱۰	فروشنده موفق کیست؟
۱۲	فصل دوم: نیازها و منافع

۱۲.....	انواع نیازها
۱۳.....	یکدلی و صمیمیت
۱۴.....	فصل سوم: فروش ساخت یافته
۱۴.....	کالبدشناسی فروش
۱۵.....	چگونه نیازهای مشتری را کشف کنیم؟
۱۵.....	سؤالاتی از قبیل
۱۵.....	کسب تعهد مشتری برای خرید کردن
۱۶.....	معرفی و ارائه محصول
۱۶.....	باور ذهنی
۱۷.....	«نورمن وینست پیل»: دیوار شیشه‌ای ذهن
۱۹.....	توصیه‌هایی در زمینه خودسازی و خودشناسی
۱۹.....	توصیه‌هایی برای شما دوستان و همراهان عزیز
۲۰.....	آیا می‌خواهید ثروتمند شوید و در شغلتان موفق شوید؟
۲۲.....	جملاتی مثل این
۲۳.....	این تکیک عجب معجزه‌ای می‌کند باور کنید
۲۴.....	چگونه از عبارات تاکیدی استفاده کنیم
۲۴.....	روشهای دیگر استفاده از عبارات تاکیدی
۲۵.....	باور کنید که استحقاق بهترینها را دارید
۲۷.....	باور مرموز که موجب موقیت می‌شود
۲۷.....	باور اول: هر حادثه دارای دلیل و مقصودی است که به مصلحت ماست
۲۸.....	باور دوم: چیزی به نام شکست وجود ندارد
۲۸.....	باور سوم: مسئولیت هر اتفاقی را به گردن بگیرید
۲۸.....	باور چهارم: برای بهره‌بردن از چیزی شناخت کامل آن لازم نیست

باور پنجم: بزرگترین سرمایه شما دیگرانند.	۲۸
باور ششم: کار، نوعی تفریح است.	۲۹
باور هفتم: هیچ توفیق پایداری، بدون پشتکار به دست نمی‌آید.	۲۹
باورهای منفی و راههای مقابله با آن	۲۹
تکنیک‌های مقابله با افکار منفی	۳۰
باورهای موفق‌ترین انسانهای روی زمین	۳۱
پرورش باورهای جدید برای کسب شادی	۳۳
تمرین	۳۵
برای داشتن تصویر ذهنی خوب چه کنیم؟	۳۶
تلقین	۳۶
گذشته را به دست فراموشی بسپارید	۳۷
در ضمیر خود شادی و امید را جای دهید	۳۷
ایده‌های نو و مثبتی در زندگی داشته باشید	۳۸
شما آن چیزی هستید که باور دارید	۳۸
آیا قانون جذب و عملکرد شگفت‌انگیز آنرا باید باور کرد؟	۴۰
کنترل زندگی به چه معناست؟	۴۴
اما چگونه تغییر را آغاز کنید	۴۷
قدرت باورهای ما	۴۹
منشا باورها چیست؟	۴۹
تأثیر باورهای غلط در روحیات و روابط ما با خود و دیگران	۵۰
روش‌های موفقیت در تغییر باورها	۵۱
تمرینهای زیر را اگر درست انجام دهیم می‌توانند تا حد زیادی به ما کمک کند	۵۹
چگونه نقش الگو را تقویت کنیم	۶۰
دو ویژگی اساسی که باور یا عقیده‌ی سازنده دارند عبارتند از:	۶۱

تمرین ..... ٦٣

مطالب جهت مطالعه روزانه در مورد اهداف و هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی در دستیابی به اهداف ..... ٦٥	
۶۵..... ۶۵..... ۶۵..... ۶۵..... ۶۶..... ۶۷..... ۶۷..... ۶۸.....	اهمیت هدف‌گذاری ..... ویژگی‌های اهداف خوب ..... فرمولهای برگریده مسیر موفقیت و رسیدن به اهداف ..... ۱۵ روش برای تاثیرگذاری و مقاعده کردن دیگران ..... زمینه‌سازی کنید و برنامه بچینید ..... راه‌های مقاعده کردن دیگران ..... راهکارهای جلوگیری و از بین بردن ترس از فروش حضوری ..... چگونه می‌توان بر این ترسها فائق آمد؟ .....

٧١..... ٧١.....	راهکارهای جلوگیری و از بین بردن ترس از فروش حضوری ..... چگونه می‌توان بر این ترسها فائق آمد؟ .....
٧٣..... ٧٣..... ٧٣..... ٧٤..... ٧٧..... ٧٨..... ٧٨..... ٨٠..... ٨١.....	تکنیک‌های برنامه‌ریزی ذهن و هدف‌گذاری ..... فهرست کنترل هدفها ..... باورهای من در مورد اهداف ..... در راستای بدست آوردن توانایی بهره‌برداری از ضمیر ناخودآگاه یک تکنیک اساسی باید آموخته شود: ..... اهمیت هدف‌گذاری ..... ویژگی‌های اهداف خوب ..... فرمولهای برگریده مسیر موفقیت و رسیدن به اهداف ..... شرح وظایف مدیرفروش یا مشاور فروش ..... اقدامات اجرایی برای حضور در لحظه .....

توصیه‌هایی در زمینه خودسازی و خودشناسی ..... ۸۳
توصیه‌هایی برای شما دوستان و همراهان عزیز ..... ۸۳
بازاریابی حضوری چیست؟ ..... ۸۵
لباس یک بازاریاب حرفه‌ای ..... ۸۶
وقت خود را تلف نکنید ..... ۸۶
چند نکته برای موفقیت در بازاریابی ..... ۸۷
چگونه طرح توسعه کسب و کار گروه پیشگامان در زمینه طراحی سایت‌های اینترنتی را بفروشیم؟ ..... ۸۸



انتشارات موجک

ISBN: 978-600-8307-28-0  
9 786008 307280