

۱۱۵۵۳۳

شنا با کوسه‌ها

بدون آن که زنده بلعیده شوید

آخرین کلام در: بازاریابی، معامله، مذاکره، ایجاد انگیزه و مدیریت
فروش

هاروی مک کی

محمدرضا آل یاسین

بسم الله الرحمن الرحيم

سرشناسه	مک کی، هاروی Mackay, Harvey
عنوان و نام پدیدآور	شنا با کوسه‌ها بدون آنکه زنده بمانید: آخرین کلام در: بازاریابی، معامله... / هاروی مک کی؛ [مترجم] محمد رضا آل یاسین تهران: هارون، ۱۳۹۰. ۱۹۲ ص.
مشخصات نشر	۹۷۸-۹۶۴-۶۵۳۸-۵۰-۴
مشخصات ظاهری	فیا
شابک	عنوان اصلی: Swim with the sharks without being eaten alive: outscil, outranage, outpottivate, & outnegotiate your competition, c1988
وضعیت فهرست‌نویسی	موفقیت در کسب و کار
پادداشت	آل یاسین، محمد رضا، ۱۳۲۸ - مترجم ۱۳۹۰ ش ۹ ص ۷۱ / HF۰۳۸۶ / ۶۵۰ / ۱
موضوع	۲۲۷۸۱۳۲
شماره فهرده	
ردمبندی کنگره	
ردمبندی دیویی	
شماره کتابشناسی ملی	

این کتاب با کلمات حدیثی منتشر شده است.



انتشارات هامون

خیابان جمهوری - خیابان ۱۲ فروردین جنوبی - کوچه بیژن - پلاک ۲ - واحد ۱

تلفن: ۶۶۴۸۸۳۸۰ - تلفکس: ۶۶۹۷۲۸۶۶ - شماره: ۰۹۱۳۲۳۷۱۵۶۶

Hamoonbooks.com

Hamoonbook اینستا

شنا با کوسه‌ها بدون آن که زنده بمانید شوید

نویسنده: هاروی مک کی

مترجم: محمد رضا آل یاسین

چاپ دوازدهم: ۱۴۰۱

تیراژ: ۲۰۰ نسخه

تمام حقوق محفوظ است.

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۶۵۳۸-۵۰-۴

ISBN: 978-964-6538-50-4

قیمت: ۸۰۰۰۰ تومان

فهرست

- ۷..... نظر برخی از افراد برجسته درباره این کتاب
- ۱۱..... مقدمه
- درس ۱ - شما همیشه اخبار خوب را دریافت می‌کنید مهم آن است که اخبار بد چقدر سریع به دستتان می‌رسد..... ۱۵
- درس ۲ - نکته‌ای که تمام فروشندگان آن را می‌دانند اما همه کارفرمایان از آن مطلع نیستند..... ۱۹
- ۲۱..... یادداشت‌های کوتاه به نتایج بلند منجر می‌شود
- درس ۴ - به توانایی‌هایتان ایمان داشته باشید، ولو این که دیگران چنین اعتقادی نداشته باشند..... ۲۵
- ۲۸..... درس ۵ - مدل‌سازی کنید
- ۳۱..... درس ۶ - تجسمات خود را به واقعیت مبدل کنید
- ۳۶..... درس ۷ - ساده‌ترین و ارزاترین تبلیغی که اغلب به آن توجه نمی‌شود
- ۳۷..... درس ۸ - دومین موقعیت عالی برای یافتن کسب و کاری تازه
- ۳۹..... درس ۹ - مراقب وقتتان باشید، نه مراقب ساعتان
- ۴۳..... درس ۱۰ - لبخند بزنید و آنقدر «ته» بگویید تا از زیانتان خون جاری شود
- ۴۸..... درس ۱۱ - مقاومت در برابر قیمت‌های «غیر منصفانه»
- ۵۱..... درس ۱۲ - چیزی تحت عنوان کالای فروخته شده معنا ندارد
- ۵۳..... درس ۱۳ - مهم‌ترین شرط هر قرارداد، در آن قرارداد قید نمی‌شود
- ۵۴..... درس ۱۴ - قرارداد از اختلاف جلوگیری می‌کند

- درس ۱۵ - هر چه شما را بیشتر معطل کنند به انجام معامله راغب‌تر هستند
۵۶.....
- درس ۱۶ - دانستن این نکته که چه وقت سخت کار نکنید به اندازه این که چه
وقت سخت کار کنید اهمیت دارد..... ۵۹.....
- درس ۱۷ - مالکیت یک درصد از هر چیز از مدیریت صددرصد آن چیز ارزش
بیشتری دارد..... ۶۳.....
- درس ۱۸ - هنگام امتیاز دادن به افراد عاقبت کار را در نظر بگیرید..... ۶۷.....
- درس ۱۹ - بهترین شیوه برای جلوگیری از انلاف وقت..... ۶۸.....
- درس ۲۰ - عصبانی نشوید و از انتقام گرفتن خودداری کنید..... ۷۰.....
- درس ۲۱ - با پیروزمندان همسفر شوید..... ۷۲.....
- درس ۲۲ - ارزش واقعی یک کالا در روند فروش آن تأثیر ندارد. مهم ارزشی
است که افراد برای آن در نظر می‌گیرند..... ۷۵.....
- درس ۲۳ - هر پیشنهادی اعتراضهایی را به دنبال دارد فروشنده خوب و ماهر
زمینه را طوری فراهم می‌کند که مشتری به رغم اعتراضهایش به خرید راغب
شود..... ۸۰.....
- درس ۲۴ - آگاهی از خصوصیات مشتریانان به اندازه آگاهی از خصوصیات
کالایان اهمیت دارد..... ۸۲.....
- درس ۲۵ - جمع‌آوری اطلاعات درباره مشتری..... ۸۵.....
- درس ۲۶ - پرسشنامه شرح حال مشتریان: ماجرای جدال و کشمکش..... ۹۴.....
- درس ۲۷ - معرفی خصوصیات کالایان نسبت به معرفی شخصیت خودتان
مقدم است..... ۹۸.....
- درس ۲۸ - چگونه با مشتری خوش کنار بیاییم..... ۱۰۱.....
- درس ۲۹ - بزرگترین خطایی که یک مدیر ممکن است انجام دهد..... ۱۱۰.....
- درس ۳۰ - وقتی دو نفر که یکی پولدار و دیگری با تجربه است با هم ارتباط
برقرار می‌کنند، فرد با تجربه به پول می‌رسد، و فرد پولدار تجربه کسب می‌کند
..... ۱۱۸.....

- درس ۳۱ - رقبایان را بشناسید..... ۱۲۳
- درس ۳۲ - مبارزه بین خریدار و فروشنده..... ۱۳۶
- درس ۳۳ - گاه به صلاح شمانست که در سر میز مذاکره جلسه را معلق و مسکوت گذارید و بدون انجام هیچ گونه معامله جلسه را ترک کنید..... ۱۳۸
- درس ۳۴ - عزم راسخ: مرز موفقیت و شکست..... ۱۴۱
- درس ۳۵ - اگر مقصدی نداشته باشید، هر اتوبوسی شما را خواهند برد..... ۱۴۳
- درس ۳۶ - تحت تأثیر نام و آوازه رقبایان عقب نشینی نکنید..... ۱۴۶
- درس ۳۷ - قدرشناسی در میان ارزشهای انسانی کمتر از همه مورد توجه قرار می‌گیرد..... ۱۴۷
- درس ۳۸ - این آخرین ایده خوب شما نیست..... ۱۴۹
- درس ۳۹ - اتومبیل ارزان، اما خانه گران بخرید..... ۱۵۱
- درس ۴۰ - هر کسی از نظر خودش بزرگتر است..... ۱۵۲
- درس ۴۱ - حافظه هیچ کس ضعیف نیست..... ۱۵۶
- درس ۴۲ - حافظه خود را در جایی که دهانتان هست بگذارید..... ۱۵۹
- درس ۴۳ - پیش‌بینی رویدادهای آینده شما را تیزهوش می‌کند..... ۱۶۱
- درس ۴۴ - آراستگی ظاهر به طور معمول مفید است اما بعضی افراد با ظاهر ناپسند مقصود خاصی را دنبال می‌کنند..... ۱۶۳
- درس ۴۵ - میلیونرها را به نهار دعوت کنید..... ۱۶۴
- درس ۴۶ - آشنایی با افراد کافی نیست مهم آن است که چگونه با آنان آشنا می‌شوید..... ۱۶۶
- درس ۴۷ - درآمد شما با ارزشی که بر خود می‌نهد نسبت مستقیم دارد..... ۱۶۷
- درس ۴۸ - چگونه قانون عرضه و تقاضا را شکست دهید..... ۱۶۸
- درس ۴۹ - هدفتان را صدا بزنید..... ۱۷۰
- درس ۵۰ - هرگز به یکبار خواندن متن سخنرانی بسنده نکنید..... ۱۷۲
- درس ۵۱ - شما دوبار در زندگی به طور کامل تنها هستید؛ درست پیش از مرگ، و درست پیش از سخنرانی..... ۱۷۵

مقدمه



اگر همین حالا این کتاب را باز کرده‌اید و نمی‌دانید چه انتظاری باید از آن داشته باشید خود را برای تحولی بزرگ و بنیادی آماده کنید. این کتاب شامل مجموعه‌ای از تدابیر و راهکارهای تکراری نیست که در دانشکده‌های بازرگانی تدریس می‌شود؛ حاوی پژوهش‌ها، تجربیات، آزمون‌های شخصی، مطالعات و مراقبت‌های موشکافانه‌ای است که بیدار می‌توانید آنها را در زندگی، کسب و کار، روابط و اهدافتان به کار برده و از هر سدّ و مانعی که فراراهتان قد علم می‌کند به سلامت بگذرید. من هنگام توصیف این کتاب احساس دوگانه‌ای را تجربه می‌کنم؛ بخشی از وجودم می‌خواهد تمام نبوغ، پیشش و خلاقیت نهفته در این درسها را بیاموزد. در حالی که پاره‌ی دیگر وجودم مایل است این مطالب را مو به مو و باریک بینانه بررسی کند. قویاً اعتقاد دارم که اگر این کتاب را چون چراغی فراراهتان قرار دهید و از آن پیروی کنید تمام موانع از سر راهتان بر می‌خیزد و دروازه‌ها را در شؤونات مختلف تجاری می‌گشاید، و چنانچه رقبایان به این کتاب دسترسی پیدا نکنند به طور قطع گوی سبقت را از همه آنها خواهید ربود.

لا بد می‌پرسید ویژگیهای خاص و استثنایی این کتاب چیست؟ پاسخ آن است که این اثر شامل فنون و تکنیکهای فراوانی است که نویسنده آن

را در قالب اصول و حکایتها با هم ترکیب کرده، بدان قوام و استحکام بخشیده تا همه بتوانند در راستای زندگی شخصی و حرفه‌ای‌شان از آن بهره گیرند. هنگام گفتگو درباره درسهای دلخواه خویش با دوستان، همکاران و اعضای خانواده‌تان که این کتاب را مطالعه کرده‌اند غرق در لذت و سرخوشی می‌شوید.

لا بد می‌پرسید درسهای مورد علاقه من کدام است. فقط اشاره به عنوان و یا چکیده این درسها مهارت، تجربه و درایت نهفته در آن را به نمایش می‌گذارد.

- لبخند بزنید و آنقدر «نه» بگویید تا از زبانتان خون جاری شود.

- ارزش واقعی یک کالا در روند فروش آن تأثیر ندارد، مهم ارزشی است که افراد برایش در نظر می‌گیرند.

- جمع‌آوری اطلاعات درباره مشتری.

همه می‌گویند باید با آهنگ گرم و حسن بیان به مشتری نزدیک شد و او را به خرید ترغیب کرد. و هاروی مک کی برای به کارگیری این دستورالعمل سنگ تمام گذاشته و افکار خلاقه‌اش را به طور کامل به کار گرفته است. او تمام بازاربهایش را ملوم کرده تا برای هر مشتری پرونده‌ای باز کنند و به ۶۶ پرسش درباره او پاسخ دهند. همه چیز، از دانشگاه محل تحصیل گرفته تا سرگرمی دلخواه، نام همسر، فرزندان و دستاوردهایشان در این پرسشنامه درج می‌شود. به این ترتیب گاه اطلاعات هاروی درباره مشتریانش از اطلاعاتی که آنان درباره خود دارند بیشتر است.

- فرزندان را در گام نهادن به فلرو موفقیت همراهی کنید.

این عنوان فصلی است که از قلمرو «کتاب بازاریابی و فروش» خارج شده و راهکارهایی را در اختیارتان می‌گذارد تا با توسل به آن فرزندانتان را یاری کنید گنجینه‌های درونشان را حفاری کنند و با عزمی جزم گامهای درست بردارند.

ممکن است این اندیشه از ذهنتان بگذرد که: چرا باید به سخنان هاروی مک کی گوش کرد؟ پاسخ آن است که او با معرفی بهترین «الگوها» یا سر مشق‌های زنده و داد و ستدهای تجارتنی یارشان می‌کند تا با غلبه بر موانع و خلل‌های میان راه به سوی قله‌ی توفیق پیشروی کنید. بذری در تجربیات او هست که برای همه ما می‌تواند ثمر دهد.

روزنامه مینه سوتا مک کی را یک «معامله‌گر حرفه‌ای و تمام عیار» و بازرگانی تیزرو و مترقی نامیده است. به اعتقاد سردبیر این روزنامه مک کی چنان زیرک و هوشمند است که به راحتی می‌تواند قالب‌های بیخ را به اسکیموها بفروشد. برای اثبات این مطلب به سخن لوهولتز سر مربی تیم فوتبال نوتردام اشاره می‌کنم که گفت: «وقتی برای نخستین بار به مینه سوتا آمدم هوا ۲۰ درجه زیر صفر بود و مک کی در این شرایط شش یخچال فریزر را به من فروخت».

با تمام این تفصیلات و همواره تعادل لازم را بین پیشرفت در عرصه کار و تلاش و رابطه‌های موجود با خود، خانواده، مردم و پروردگار حفظ کرده است. بر این اساس او همسری خوب، پدری دلسوز و بازرگانی کاردان است. از همه مهم‌تر انسانها را دوست داشته و این رسالت را برای خود قابل است که به درد دیگران برسد و باری از روی دوش دردمندان بردارد.