

چهار رنگ شخصیتی در بازاریابی چند سطحی

تام شرایتر
(بیگ آل)

مترجم
فرشید قهرمانی

ویراستار
بردیا شامزادی

سرشناسه	شرایتر، تام Schreiter, Tom
عنوان و نام پدیدآور	چهار رنگ شخصیتی در بازاریابی چند سطحی / تام شرایتر (بیگ آل)؛ مترجم فرشید قهرمانی؛ ویراستار بردیا شامزادی.
مشخصات نشر	تهران: زمینه، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۱۰۷ص: ۵/۲۱×۵/۱۴ س.م.
شابک	978-600-96666-0-7
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا
یادداشت	عنوان اصلی: The four color personalities for MLM : the secret language for network marketing, 2014.
یادداشت	کتاب حاضر در همین سال تحت عنوان چهار رنگ شخصیتی در بازاریابی شبکه‌ای : زبان سری در بازاریابی شبکه‌ای یا ترجمه علیرضا اسکندری، زینب علی‌حسینی توسط انتشارات تولد دوباره فیا گرفته است.
عنوان دیگر	چهار رنگ شخصیتی در بازاریابی شبکه‌ای (زبان سری در بازاریابی شبکه‌ای).
موضوع	بازاریابی چندسطحی
رده‌بندی کنگره	۵۴۱۵/۱۳۶HF : لش ۹ج۴ ۱۳۹۵
رده‌بندی دیویی	۶۵۸/۸۷۲ :
شماره کتابشناسی ملی	۴۵۵۶۸۱۵ :

چهار رنگ شخصیتی در بازاریابی چند سطحی

ناشر: زمینه

نویسنده: تام شرایتر (بیگ آل)

مترجم: فرشید قهرمانی

ویراستار: بردیا شامزادی

صفحه‌آرا: روشنگر فتح‌اله زاده

طراح جلد: بهداد صالحی

ناظر چاپ: فهیمه املسی

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۶

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۷۵۰۰ تومان

کلیه حقوق این کتاب نزد ناشر محفوظ است.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۶۶۶-۰۰۷

فهرست

۹ مقدمه
۱۱ چهار چیز که باید درباره‌ی این کتاب بدانید
۱۵ آیا این موقعیت به نظرتان آشنا می‌رسد؟
۱۹ شخصیت زرد
۳۱ شخصیت آبی
۴۱ شخصیت قرمز
۵۱ شخصیت سبز
۶۱ رنگ شخصیت شما چیست؟
۶۹ کشف زبان پنهان مشتری احتمالی
۷۳ برجسته نکردن موضوعات یعنی مکالمه‌ای سازنده
۷۷ حالا همه چیز برای تان معنایی تازه پیدا کرده است
۸۱ چرا مشتری‌های احتمالی به فرصت‌های فوق‌العاده «نه» می‌گویند
۸۵ سه سؤال جادویی
۸۹ زبان رنگ‌ها
۹۷ انگیزه دادن به رنگ‌های شخصیتی
۱۰۵ خلاصه
۱۰۷ درباره‌ی نویسنده

مقدمه

بسیاری از بازاریاب‌های شبکه‌ای از من خواسته‌اند تا به زبانی ساده درباره‌ی چهار ویژگی شخصیتی مربوط به بازاریابی چند سطحی توضیح بدهم. این ایده نخستین بار توسط بقراط ۴۰۰ سال پیش از میلاد مسیح معرفی شد و در قرن گذشته بسیاری از روان‌شناسان درباره‌ی آن مطالبی نوشته‌اند و آن را تدریس کرده‌اند.

متأسفانه بسیاری از بخش‌های مربوط به این ایده تخصصی‌اند و وارد جزئیاتی می‌شوند که از حوصله‌ی این بحث خارج است و علاوه بر آن نه تنها برای کسانی که در بازاریابی چند سطحی به فعالیت مشغول‌اند، سودی ندارد، بلکه کاربردی هم نیستند. برای مثال در برخی از شیوه‌های شخصیت‌شناسی آموزشی با بیش از ۲۵ سال سرای شناخت و یافتن ویژگی‌های شخصیتی در افراد مختلف وجود دارد که از دقت کافی برخوردار نیستند.

این کتاب با توجه به آنچه گفته شد، به گونه‌ای طراحی شده تا در موارد زیر به شما کمک کند:

۱- به روشنی متوجه شوید که مشتری احتمالی شما دارای چه تپیی از شخصیت است.

۲- بدانید که دقیقاً برای صحبت با این تیپ شخصیتی باید از چه زبانی استفاده کنید تا پیامی را که خواهان انتقالش هستید، به بهترین شکل و همراه با صمیمیت به آن‌ها منتقل شود.

و اما برای کسانی که خواهان جزئیات بیشتری در این مورد هستند، باید بگویم روان‌شناسان و خبرگان زیادی در این حوزه وجود دارند که با جزئیات بیشتری به این موضوع پرداخته‌اند و نتیجه‌ی پژوهش‌های آن‌ها در کتاب‌های درسی و تخصصی در این‌باره آمده است.

بازاریاب‌های شبکه‌ای که می‌خواهند ارتباط صمیمانه و تفاهم بیشتری با مشتری‌های احتمالی داشته باشند، بهتر است بدانند که با خواندن این کتاب ساده و کاربردی نه تنها می‌آموزند که چگونه به شکلی اثرگذارتر با دیگران ارتباط برقرار کنند، بلکه خواهند فهمید که چه چیزهایی را باید به مشتریان احتمالی‌شان بگویند تا به بهترین شکل ممکن پیام خود را به آن‌ها منتقل کنند.

پیگ آن

shikhanam.com