

پیگیری در بازاریابی شبکه‌ای

چطور «الان نه» را به «همین الان» تبدیل کنیم!

صکیت شرایتر

تام شرایتر (آل بزرگ)

مترجم: محمد خضرزاده

به همراه مقاله‌ی ارزیابی وور

با ترجمه‌ی علی معتمنی



انتشارات خدادگوار

- سرشناسه: شرایتر، کیت، Schreiter, Keith
- عنوان: پیگیری در بازاریابی شبکه ای:
- چطور «الان نه» را به «همین الان» تبدیل کنیم؟
- مؤلفان: کیت شرایتر، تام شرایتر (آل بزرگ)
- مترجم: محمد خضرزاده
- مشخصات نشر: مهریز: رخداد کویر، ۱۳۹۶
- مشخصات ظاهری: ۱۲۰ ص، ۱۴/۵ × ۲۱
- شابک: ۹۷۷۰۹۰۹-۳-۹-۹۷۷۱-۶۰۰۰
- وضعیت فهرست نویسی: فیبا
- یادداشت: عنوان اصلی
- How to Follow Up With Your Network Marketing Prospects: Turn Not Now Into , c2015.
- یادداشت چاپ قبلی: رخداد کویر، ۱۳۹۵ (۱۲۰ ص)
- موضوع: بازاریابی چندسطحی
- شناسه افزوده: شرایتر، تام / Schreiter, Tom
- شناسه افزوده: خضرزاده، محمد، ۱۳۵۴ - مترجم
- شناسه افزوده: معتمدی، علی، ۱۳۶۱ - مترجم
- رده بندی کنگره: ۱۳۹۶ پ ۴۴ / ۵۴۱۵/۱۲۶ HF
- رده بندی دیویی: ۶۵۸/۸۷۲
- شماره کتابشناسی ملی: ۴۷۷۹۳۲۹

پیگیری در بازاریابی شبکه‌ای

چطور «الان نه» را به «همین الان» تبدیل کنیم؟

- نویسنده: کیت شرایتر و تام شرایتر (آل بزرگ)
- مترجم: محمد خضرزاده
- ویراستار: حسن هاشمی میناباد
- صفحه‌آرا: مؤسسه آواز قلم سدید بزد
- نوبت چاپ: دوم / تابستان ۹۷
- قیمت: ۹۰۰۰ تومان
- تلفن: ۰۹۱۹۸۰۰۸۴۳۴

..... ۷۶

..... ۱۰۱

..... ۷۰۱

فهرست مطالب

..... ۲۰۱

..... ۵

..... ۷

..... ۱۳

..... ۱۷

..... ۲۱

..... ۲۵

..... ۲۷

..... ۲۹

..... ۳۱

..... ۳۳

..... ۳۷

..... ۴۵

..... ۵۱

..... ۵۳

..... ۶۱

..... ۶۵

..... ۶۹

..... ۷۳

..... ۷۵

..... ۸۱

..... ۸۵

..... ۹۱

- منحصر به فرد باشید..... ۹۷
- کارت پستال‌ها... جلب توجه می‌کنند..... ۱۰۱
- سوابق پیگیری..... ۱۰۷
- جمع‌بندی..... ۱۰۹
- پیوست: ۶ گام ساده تا جوش دادن معامله..... ۱۱۱

mikhanam.com

مقدمه

معمولاً مشتری احتمالی می‌گوید:

• «باید روش فکر کنم.»

• «الان وقت مناسبی نیست.»

• «واقعاً سرم شلوغه.»

• «الان نه. شاید بعداً.»

مسلماً مشتری احتمالی ما می‌تواند خیلی مؤدبانه بگوید که علاقه‌ای به این کار ندارد، اما او مشتری احتمالی است. این طور نیست؟ پس قطعاً به این فرصت علاقه‌مند است، اما چیزی او را باز می‌دارد که به دعوت ما پاسخ مثبت بدهد. آیا می‌ترسد که تصمیم عجولانه‌ای بگیرد؟ آیا با ما راحت نیست؟ آیا مشکل از معرفی کار بوده است؟

دلیلش هر چه باشد، ما باید مشتری احتمالی را پیگیری کنیم.

نباید از پیگیری بترسیم. نباید احساس گناه کنیم یا عصبی شویم. لازم نیست کاری کنیم که مشتری احتمالی از ما فراری شود و به تلفن ما جواب ندهد.

پیگیری درست یعنی اینکه گفتگوی سازنده‌ای با مشتریان احتمالی داشته باشیم؛ یعنی اینکه مشتری مشتاقانه منتظر تلفن ما است؛ یعنی رابطه‌ها همیشه حفظ می‌شود؛ و هر وقت مشتری بخواهد وارد شود، ما در خدمتش هستیم.

جالب نیست؟

از تکنیک‌های این کتاب برای ترغیب مشتری احتمالی و تبدیل «الان نه» به «همین الان» استفاده کنید و بی‌میلی مشتری احتمالی به محصول را به شوق خرید تبدیل کنید.

تام شرایتر (آل بزرگ)

nikhanam.com