

ملخص كتاب

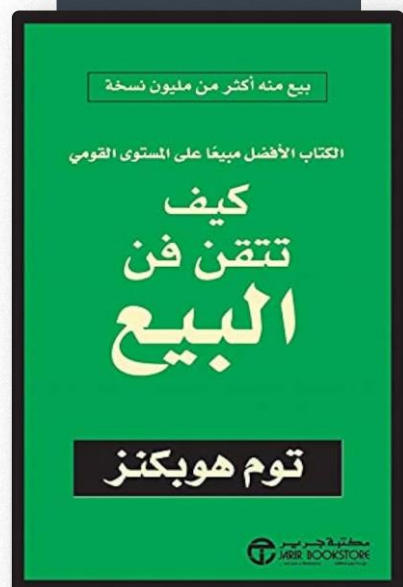
كيف تتقن فن البيع؟

المؤلف : توم هوبكنز



تلخيص / د. يوسف الهاجري

لمشاهدة
جميع
ملخصات
الهاجري



مقدمة "جيه دوجلاس إدواردس"

كان إنسان العصر الحجري يسافر لمسافات بعيدة لمقايضة السلع
حدث التطور في الأسواق المفتوحة قبل بدء التاريخ، وكانت تلك الأسواق في
الغالب مهجورة إلا عندما يدخلها التجار لبيعوا بضائعهم من متاجر دائمة

مطلع القرن التاسع عشر

قرر أصحاب مصنع صوف صغير في ماساتشوستس أنهم يريدون تحقيق أكثر مما كانوا يحصلون عليه
من التجار، فقاموا بتوظيف رجل ليأخذ عيناتهم إلى أماكن مختلفة ويجمع الطلبات. كانت هذه
المهمة تتطلب ذكاء، شجاعة، وإصراراً
تم إنشاء أول طريق للسكك الحديدية، وكانت وسيلة الانتقال الجديدة هذه مناسبة تماماً
ظهر البائعون المتجولون أمام السكك الحديدية
تم تسمية البائعين: قارعوا الطبول
وُلد أول خبير مبيعات، جون إتش باترسون، في عام 1844م، وكان لا يزال شاباً عندما ربطت السكك
الحديدية بين الساحلين
أنشأ جون إتش باترسون أول مجموعة مبيعات وطنية، ونظم تدريباً للمبيعات، ووضع حصصاً لتحقيق
الأهداف البيعية
في عام 1895م، انضم شاب يُدعى واتسون إلى شركة باترسون وأصبح خبيراً ممتازاً في المبيعات.
لاحقاً، افترقا وواصل واتسون مسيرته الناجحة في مجال المبيعات
أفضل مساهمة قدّمها واتسون كانت مفهومه: لا ينبغي لأي شخص أن يُحرم من التدريب أبداً!



القرن العشرون

- الخبير "إتش ديليو دوبيسكي" عمل نقاشاً يلصق الأسعار في نيويورك للتعاملات المالية
- ثم فتح شركة سندات مالية خاصة به
- أجاد "دوبيسكي" التدريب الجماعي
- عام 1959 أطلق "جيه دوجلاس إدواردس" أول تسجيل طويل بعنوان "Closing the Sale" تم من خلاله تقسيم فن البيع والتكتيكات والأساليب وإتاحتها لأي شخص يتعلمها وأصبحت الأكثر مبيعا هذا التسجيل
- "جيه دوجلاس إدواردس" أطلق عليه: مؤسس فن البيع الحديث
- أثناء ذلك بزغ "توم هوبكنز" متدربا ليصبح أعظم بائع عقارات في التاريخ

أولاً: ما حقيقة مهنة البيع؟

- البيع هو العمل الجاد الأعلى أجراً وهو العمل السهل الأقل أجراً حسب اختياري
- المهم هو ما أفعله لنفسي وما أعطيه لنفسي
- المهارات والمعرفة والدافع تجعلك عظيماً
- ضع وقتك وجهدك ومالك في تدريب وتهذيب وتشجيع أكبر أصل لديك وهو أنت



مزايا البيع

03

تحدي يومي

- كل يوم تواجه تحديات جديدة
- دع هذه الحقيقة تنعشك فالمجد فيها
- لا تنجر للإحباط
- التحديات تصنع العظمة والنجاحات

02

القدرة للنجاح كما تشاء

- لا يوجد سقف للدخل
- ليس هناك من يضع الحدود لدخلك

01

حرية التعبير

- تكون على طبيعتك
- افعل ما يحلو لك

06

مرضي

- شعور العميل عندما يحصل على المنتج بالنسبة لك
- مساعدتك للناس

05

ممتع

- الهدف من الحياة المتعة
- لا يوجد ما يمنعك من تحقيقها

04

يوفر عائدات عالية برأس مال قليل

- قارن رأس مال موظف المبيعات لجني المال بالاستثمار المطلوب نفسه



خرافة معجزة البيع الفطرية



لا حاجة للتعليم



الاغترار بالموهبة

الأساسيات السبع التي تجعلك عظيما في البيع



العرض والتوضيح



التأهيل



تحويل التواصل المعتاد
إلى احترافي



البحث عن عملاء



الإحالات من العملاء



إغلاق الصفقة



التعامل مع الاعتراضات



خماسية تعلم الكسب بسرعة "دراسة المال"

03

الاستخدام

- قانون الامتلاك الأساسي يقول: استخدمه أو تفقده
- "المهارات لا تبلى بالاستعمال" - توم هوبكنز
- التعلم بالاستخدام ثم النتائج

02

التكرار

- كرره حتى يصبح طبيعة لك
- رابعة فاعلية التكرار: التيقظ - القدرة على التقسيم والتجميع - قالب درامي - دفع الثمن بالجهد منك

01

الأثر

- كلما زاد الاهتمام زادت سهولة تذكر تفاصيله
- خصص أولًا وقتًا للتأثر في نفسك وتخيل الفوائد واجعلها صورة كبيرة في ذهنك

05

التعزيز

- لا تتوقف عن التعلم
- احذر من الغرور والانزلاق
- استمر في التنمية لكيلا تبذل

04

الاستبطان

- استخدام المهارات بكفاءة
- استيعاب المفاهيم
- التوافق الداخلي والخارجي بكل ما نتعلمه



الأداة الأساسية للبيع

03

تعلم قول الأشياء الصحيحة

02

استخدم الفم بثقة

01

أداتك الأساسية هي الفم

05

العمل مع أشخاص لديهم رغبة بالمزيد

04

أحرص على الأمور الإيجابية من خلال المعرفة



ثانياً: مصادر النجاح الرائع

السمات الشخصية 12 لنجاح البيع الرائع



الثقة بدون غرور



يفتخرون بمهنة البيع
وبشريتهم واكتسبوا الجدية



يمتازون بكاريزما ومظهر مؤثر
وبارز



الرغبة بالغناء والثراء



يؤمنون بأنفسهم ولا
ينشغلون بالآخرين



إغلاق الصفقة بمودة



أداؤهم الرائع بغض النظر عن
الظروف



يعلمون طبيعة مخاوفهم
ويتغلبون عليها



الرغبة الملتهبة في الإنجاز



يؤمنون بالتعلم المستمر



لا يأخذون الرضا من العميل
بالمحمل الشخصي



الارتباط العاطفي بالعملاء



ثلاث طرق لتنمية الرغبة لديك للنجاح



قم بالأمر تدريجيا



التركيز على الأشياء
المحددة التي تريدها



إحباط الرغبة بإقناعنا
بالفشل وتجنب الإحباط

العوامل الفارقة بين الامتلاك وعدم الامتلاك

قوة الاستجابة بالفعل الجيد

افعل الفارق بالتدريب والممارسة



ممارسة



تجربة



تدريب



تمرين

السرعة من خلال الإعداد الشامل

الاحترافية



ثالثاً: اسأل بطريقة صحيحة

لكي تنجح بالبيع تعلم كيف تسمع ضعف ما تتحدث

12 نصيحة عن أساليب السؤال وطرح الأسئلة



احصل على الموافقات الصغيرة



ركز على حول المناطق الواسعة
وعزل الضيقة وتحديد السلعة



استهدف اكتساب السيطرة
والمحافظة عليها



الرد على الاعتراضات



عزل الاعتراضات



إثارة الفضول وتوجيه المشاعر



تأكيد للتقدم للأمام
والانتقال للتالي



الإقرار بالحقائق



تحديد الفوائد



إغلاق الصفقة



مساعدة العملاء على التفكير
بمنطقية القرارات



إشراكهم في قرار الامتلاك
والشراء



مبادئ طرح الأسئلة (الأساسيات)

- التأكد أنهم يعرفون إجابته
- الشعور بالتهديد عند عدم معرفتهم للإجابة
- الهدف من الأسئلة تحقيق راحتهم وقناعتهم وليس تهديدهم
- نوعان للأسئلة: مفتوحة وتتطلب تفكير / مغلقة وتحتاج تحديد وقصيرة



أنواع وأشكال الأسئلة

04

السؤال المذيل المرفق

- إرفاق سؤالك المذيل بأي تعبير يصادفك مع العميل
- مناسب مع العملاء القويين أصحاب السيطرة
- ركز على العميل المحتمل

03

السؤال المذيل الداخلي

- إسقاط السؤال في "وسط جملة مركبة"
- الأسئلة خفية

02

السؤال المذيل المعكوس

- تضع السؤال في "بداية الجملة" للإشارة على الموافقة
- التمرين المستمر

01

السؤال المذيل النموذجي

- سؤال في "نهاية الجملة" يطلب الإجابة بـ "نعم"
- ابتسم بمودة إيماء الرأس بالموافقة
- ابتكر العديد من الأسئلة

07

سؤال الإشارك

- هو سؤال امتلاك لتأخذ عقولهم للمستقبل
- ابتكار أسئلة لمساعدة العملاء المحتملين

06

سؤال أسلوب حيوان الشيهم

- أكثر فاعلية للإغلاقات الصغرى
- هو أسلوب الإجابة عن أسئلة العميل المحتمل بسؤال منك يحافظ على سيطرتك بالحوار
- استثمار عاطفة الاهتمام الودي
- اخذ من (التحدي) وانسحب منه

05

سؤال الخيار البديل

- سؤال يقترح إجابتين
- الموعد - المكان - التاريخ - التركيب - النوع - المبلغ وغيرها



تحولان صحيحان لنجاح المبيعات

01

أسئلة الاكتشاف



البساطة والوضوح



الأسئلة البارة



الاستماع الطويل للعميل



ابتعد عن (نعم - لا)



لا تطرح سؤال يحض على الرفض

02

أسئلة القيادة



لا بد يصدق الحقائق في منتجك



الحقيقية ما يعتقد الناس أنه حقيقة



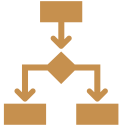
القاعدة: (أن تسأل أفضل من أن تخبر)



لا بد يقولون الحقيقة في منتجك
وتستنطقهم بذلك



المبادئ الثلاثة للقدرة على طرح الأسئلة



اتخاذ القرارات
للناس



طرح الأسئلة المصممة لتعطي الأجوبة
التي تحافظ على تقدم البيع



إنشاء العلاقة قبل
القيام بالسيطرة



رابعاً: توفير مناخ البيع

- بع ما يريد الناس وليس ما تريد
- ركز في المزايا التي يريدها العميل
- يريد الناس أكثر مما يمكنهم الحصول عليه

مبادئ توفير مناخ البيع للعميل

02

لا تتبع بشكل منطقي قم بإثارة العواطف

- الناس تشتري بعواطفها ثم تدافع بالمنطقية
- إثارة الحماس
- إبدل المصدق بما يناسب العملاء
- استثمر خبرتك لتوجيه العملاء لأفضل حل يناسبهم
- انتظر المثير الإيجابي من العميل ثم قم بتعزيزه
- تعرف على العواطف المثيرة: (اللون - الفخر - الأسلوب - الأمان - الطموح - الصحة - الحب - التحسين - المواكبة - الغرور...)
- تعلم مهارة كيفية إثارة العواطف
- احذر من العواطف والصور السلبية فهي تدمر البيع

01

بع للناس الذين يمكنهم الشراء

- المرونة
- أشعرهم بالأمان
- الإيمان بعرضك وقيمتهم
- الشخص المناسب
- المناورة



استبدال كلمات الرفض بمصطلحات تحفز التقدم

- لا تستخدم موعد واستخدم لقاء
- لا تستخدم تكلفة أو تسعيرة واستخدم استثمار أو القيمة المعروض
- لا تستخدم سعر القائمة واستخدم قيمة القائمة
- لا تستخدم دفعة شهرية واستخدم استثمار شهري أو قيمة شهرية
- لا تستخدم العقد واستخدم الاتفاق أو المستند
- استخدم صياغات الامتلاك للعميل
- استخدم صياغات الشراء للعميل بدلا من البيع له
- لا تستخدم زبون زبائن واستخدم العملاء عائلات نخدمها عميل محتمل
- لا تستخدم عمولة واستخدم رسم الخدمة
- لا تستخدم مشكلة واستخدم تحدي
- استقبل الاعتراضات على أنها مخاوف من العميل
- لا تقل أرخص، بل استخدم اقتصادي
- استخدم عروض فرص توضيح بدلا من خطابات صفقة سماع
- لا تستخدم توقيع وقل لهم موافقة تصديق مستندات

مفهوم الثالوث لمضاعفة فاعلية البيع (تدرب على التفكير على مستوى 3 خيارات) مثل:

  	02	  	01
حذر هادئ غير رسمي		لطيف عملي سريع	
  	04	  	03
شجاع مزيج تقني		شخصي صريح شديد	
  	05		
حازم معتدل لطيف			



الحواس التي تتبع العواطف



الشم



التذوق



اللمس



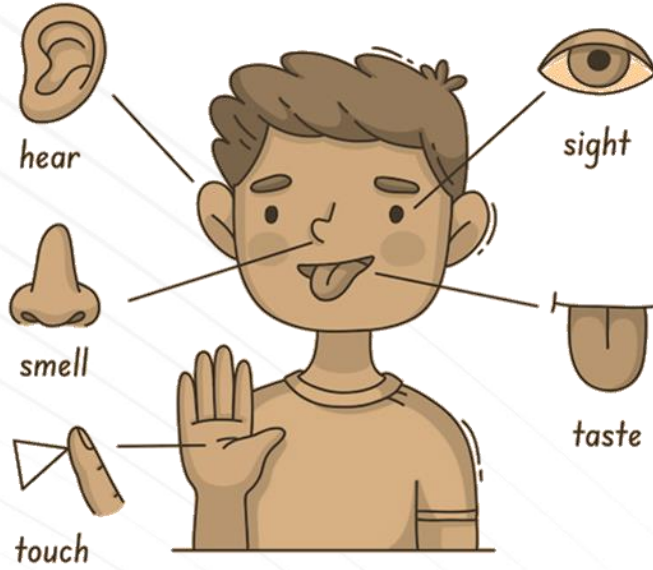
السمع



النظر



كلما زادت الحواس التي تشركها ارتفعت احتمالية الصفقة



خامساً:

لماذا لا أفعل ما أعرف أنه ينبغي عليّ فعله؟

- إذا فعلت ما يجب عليك فعله فأنت تعيش بموجب قانون ضد النجاح ويحتاج إرادة وحماس
- التحدي الرئيسي هو تحفيز نفسك لتفعل ما تعرف بالفعل أنه ينبغي عليك فعله
- سبب الامتناع عن فعل ما تريد فعله هو أنك في صراع مع نفسك

كيفية التغلب على المخاوف
لفعل ما تريد فعله

02

الاقرار أنك تجعل المخاوف تقف حائلاً بينك
وبين ما تريد

01

الاعتراف بأنك مثل الآخرين وتشعر بالمخاوف

04

اعرف المحفزات وكيفية استخدامها

03

واصل التعلم والقراءة والاطلاع

05

اعرف المثبطات وكيفية هزيمتها



كيف تصاب بالإحباط والاكتئاب؟

- قلة الوقت في شعور الاكتئاب
- زيادة الوقت بشعور الحماس
- الحماس يلتصق باليقظة والمعرفة والغاية
- "قلة إحباطك وستزيد حماسك تلقائياً"



المحفزات السبعة (7) الأقوى لشخصية البائع

01

المال

- حصول ما تريد
- يمنح فرصة الاكتشاف
- يساهم في السعادة

02

الأمان

- هـرم ماسـلو
- للاحتياجات
- مقياس للنجاح

03

الإنجاز

- فعل ما يستلزمه الإنجاز
- المنجزون 5%
- الدافع من الداخل

04

التقدير

- لابد يكون حقيقياً
- فورياً
- الصدق وبدون تحيز
- يوازي ما تم تحقيقه

05

قبول الآخرين

- أخط نفسك بأشخاص يشبهون الشخص الذي تريد أن تصبح عليه
- لا تتسكع مع أشخاص مستواهم المالي والعاطفي أقل منك
- دوّن أسماء الأشخاص الذين تقضي معظم وقتك معهم
- اجعل نفسك أقل توافراً للأشخاص السلبيين
- املاً وقتك بأنشطة اتصال مع أشخاص جدد إيجابيين

06

تقبل الذات

- إدراك الإمكانيات
- لا تتحكم آراء الآخرين عنك فيك
- لا تتطلب موافقة العالم عنك
- احصل على تقدير ذاتك بالإنجاز
- لا تطلب إشباعاً فورياً أكبر بكثير مما يمكنك الحصول عليه في الحال

07

حب العائلة

- تقديم الخدمة لأحبائك
- الانخراط في حياتهم



المثبطات الأربعة (4) وكيفية التغلب عليها

02

الفشل

- تجنب الفشل الدائم لا يتم إلا بعدم المحاولة فقط ومعنى ذلك أيضا الفشل
- تخيل وأنت تفعل الشيء الذي تخاف من الفشل فيه ببراعة وسهولة ونجاح
- افعل أكثر ما تخاف منه وستسيطر على الخوف
- كلما تغلبت على أحد مخاوفك وجدت سهولة بالتالي

01

فقدان الأمان

- فكر في حقيقة أن كل العلاقات والمهارات والممتلكات تتطلب درجة من الاهتمام
- رفض التخلي عن الأشياء يضيق تحقيق الإنجازات جديدة

04

ألم التغيير

- واجه التحدي بأمان وتفكير منطقي ووعي
- احتفظ بأفضل الآثار القديمة وأقم عليه تغيير مفيد
- تبني عادة تجربة الجديد
- أخبر من حولك أنك سريع الاعتناق للأفكار الجديدة
- كن طليعة التغيير وحسن حياتك
- أدرك فوائد التغيير ينسبك الألم

03

عدم الثقة بالنفس

- أخبر الناس باتخاذ قرارك
- تعهد بالنجاح
- لا تتفاخر بكل ما تقوم به
- اثبت براعتك في التنبؤات
- تحرر من الاعتقادات السلبية
- واصل فعل الصواب



سادساً:
تعلم أن تحب كلمة "لا"

- يفتقد العملاء المحتملين أو العملاء صوابهم فيرفضون
- ارفض دور الشرير وانتزع دور الطبيب بدلا منه
- تيقن أن العميل لديه معاناة مع الألم فيتعامل بعدائية (صراخ)
- تعامل معهم بالمساعدة لتحقيق الفوز
- المحافظة على الهدوء
- الإنصات بعناية
- الحديث في صلب الموضوع

كيف ترفض التأثيرات السلبية للرفض؟

02

اعمل وفقاً للنسب (نسبة الاتصالات للإغلاقات البيعية)

01

قم بتحديد القيمة النقدية لكل رفض تحصل عليه

03

استمتع بالفوز المحقق للنسبة



التوجهات الإيجابية الخمس (5) تجاه الرفض

- تجربة التعلم (لا أعتبر الفشل فشلاً، ولكن فقط تجربة تعلم)
- تصحيح المسار (لا أعتبر الفشل فشلاً لكن فقط ملاحظات سلبية احتاج إليها لتغيير المسار في اتجاهي نحو الهدف)
- حس الدعابة (لا أعتبر الفشل فشلاً لكن فقط فرصة لتنمية حس الدعابة لدي)
- التمرن (لا أعتبر الفشل فشلاً لكن فقط فرصة لأتمرن على أساليبي وأجيد أدائي)
- اللعبة (لعبة النسب) (لا أعتبر الفشل فشلاً لكن فقط لعبة يجب المرور بها للفوز)



سابعاً:

العثور على أشخاص تباع لهم



متابعة النتائج



تعديل أساليبك



تجربة كل شيء



البيع هو "العثور" على
أشخاص تباع لهم

معرفة (النسب) وتحسينها لتحقيق البيع

■ نسبة مكالمات البحث عن عملاء / الساعات التي يتم قضاؤها
■ نسبة (1:10) مكالمات البحث عن عملاء / المواعد التي يتم
تحديدها

■ نسبة (1:10) المواعيد / المبيعات
■ نسبة ساعات العمل / المال المجني
■ نسبة مكالمات الشهر / الدخل المالي



قائمة أدوات تحسين نسب البيع لتحقيق البيع

- الاطلاع على أخبار الصناعة أو المنتج أو المجال
- مقابلة أشخاص وعملاء جدد
- تحديد وتأكيد المواعيد مع العملاء
- تقديم العروض المستهدفة
- الحصول على إحالات من عملاء حاليين راضين
- إرسال رسائل شكر
- إرسال رسائل بريدية (أخبار - دعاية - تقارير) لعملاء متوقعين

أربعة (4) طرق لتحقيق حتى تكون مستعداً للطيران

02

عاود الاتصال بالأشخاص على الفور

01

عالج مشكلات المنتج أو الخدمة بسرعة

04

ابق على اتصال دائم مع العملاء

03

عليك الوفاء بكل وعد قطعتة



ثامناً:

طرق وأساليب البحث عن عملاء من خلال وسائل عدم الإحالة

04

أسلوب الضُف المحلية

- الاطلاع على الصحف
- جمع أهم الأخبار والفرص
- إعلانات البيع والشراء
- ابحث عن مصادر صحفية تستفيد منها

03

أسلوب التطور التقني

- أرشفة البيانات والعملاء
- المواكبة التقنية المتطورة
- وضع قائمة للعملاء مع كل تطور تكنولوجي

02

أسلوب كفالة يقيم (العملاء السابقين)

- العملاء المنسيون
- ابحث عن العملاء وأعد خدمتهم
- الاتصال
- مقابلة
- اعرض المنتج أو الخدمة بطريقة جديدة لهم

01

أسلوب دورة الرغبة

- دورة الرغبة بالتغيير عند العميل حسب المنتج
- دورة رغبة المنتجات مختلفة عن الخدمات
- حدد دورة الرغبة لمنتجك أو خدمتك
- ادرس عوامل التقويم (التاريخ والزمن)
- عند انتهاء كل صفقة فكر في شخصية المشتري ومناسبتها لدورة الرغبة

08

أسلوب الاشتراك في المجتمع

- شارك في أحداث المجتمع المحلي
- التطوع
- حضور الاجتماعات واللقاءات الاجتماعية
- عرف بنفسك بذكاء
- احرص على أنهم يتذكرونك

07

أسلوب صيانة إدارة الصيانة

- حلل عملاء الصيانة باستمرار
- استفد منهم في منحهم فرصة للشراء

06

أسلوب ملتقى التعارف والمبادلة والاتصال

- لقاء منتظم مع بائعين مختارين بعناية في مجالات غير منافسة
- فكر في مجالات تكمل مجالك
- اختر بائعا قويا في كل مجال
- حدد الزمان والمكان للمقابلة معهم باستمرار

05

أسلوب الدفاع عن الحق

- اجعل نفسك معروفا
- نتعلم الحيل
- نتعرف على المؤسسات لديهم أشخاص مؤهلين
- تواجد مع التأثير في النوادي والمؤسسات



تاسعاً:

البحث عن عملاء بالإحالة أو فن الحصول على تقديمات ممتازة

- العميل المتوقع المحال هو أسهل من يتم إغلاق الصفقة معه
- الأبطال يغلقون الصفقات مع الإحالات بضعف سرعتهم مع غير المحالين
- نسبة نجاح الصفقات من الإحالات من 400% إلى 600% من غير الإحالات

خطوات الحصول على إحالات أو تقديمات ممتازة

- بناء الثقة من أول مقابلة
- أثناء المقابلة يجب عليك التحري والبحث عن المجموعات الصغيرة التي يعرفونها
- اذكر لهم الأشخاص الذين أحالوهم لك (إن وجد)
- بعد عقد الصفقة ذكرهم بحرصك على استمرار تقديم المزايا لهم ولأصدقائهم
- عند شعورك بالرضا منهم اطلب بلطف عن من يعرفون لتقديم المنتج لهم

نظام الإحالة بالبطاقة

- صور الوجوه في كل بطاقة أو الاسم
- اطلب الاسماء كاملة منهم ودونها مباشرة
- ا طرح اسئلة التأهيل عنهم
- اطلب معلومات الاتصال
- اطلب منهم الاتصال (عند موافقتهم)
- اطلب الإذن منهم لاستخدام أسمائهم عند الاتصال بهم



عاشراً:

كيف تجد الثروة والسعادة من خلال الهاتف؟

- الهاتف هو ثاني أهم أداة بيع لديك - الأولى في فمك
- المكالمات الهاتفية لا يمكن تكون بديلاً للقاء الشخصي مع العميل المحتمل

أساليب استثمار المكالمات الواردة

- الوقت المناسب للرد على الهاتف (الرنّة الثالثة)
- صوتك ببعض اللمحة عن الرد (انطباع حماسي)
- تقدير اهتمام المتصل وأسباب اتصالهم
- لا مانع بطلب الانتظار على الهاتف لفترة قصيرة
- الحصول على اسم المتصل بطريقة ودية ولطيفة
- أجب عن معظم الأسئلة بأسئلة وقم بقيادتهم لتأكيد اللقاء
- عند تأكيد الموعد أعد التأكيد بكل التفاصيل
- مرساة ثانية احتياطية بعد تحديد الموعد (طلب رقم الاتصال)



أساليب استثمار المكالمات الصادرة

- البحث عن العملاء
- التقط السماعه واتصل بالمشتريين المحتملين
- حدد مكان المقابلة
- حقق الصفقة
- يمكنك دائما تقول "متأسف لأنني أزعجتكم..."
- حدد النتيجة وليس عدد الاتصالات فقط مثل: "تحقيق 3 لقاءات مؤكدة"
- استعد بصيغة اتصال فعالة وجيدة
- راجع صيغتك وطريقتك وأرقامك إذا لم تحقق نتائج

أساليب احترافية للبحث عن العملاء بالهاتف

- معرفتك بالعرض المنطقي جيدا
- تحديد قائمة الأرقام بعناية
- الاتصال خلال وقت معقول ومناسب
- التحلي بالأدب
- إنهاء المكالمة بسرعة
- تجاوز أي محادثة غير مثمرة وانتقل لأخرى على الفور



أساليب الاستبانة والمسح عبر الهاتف

- استخدم أسماء الأشخاص على الفور
- قدم نفسك ومنظمتك
- اذكر هدفك واسأل أول سؤال من الاستبانة
- "إن قالوا لا..." عليك بإنهاء المكالمة بلطف
- "إن قالوا نعم..." أكمل بقية الاستبانة مع التدوين
- اسأل "منذ متى" للاستخدام أو التملك
- اكتشف ما يحبونه في منتجهم الحالي
- قدّم النقاط القوية لعرضك
- الاتفاق على فرصة مقابلتهم

إيجاد قوائم الاتصال الجيدة

- قوائم الأدلة الهاتفية (حسب الشارع ورقم المنزل)
- قوائم النوادي والشركات
- قوائم موجودة في المكتبات حسب المجالات
- قوائم المكاتب البريدية أو الإنترنت
- قوائم الجهات المتوفرة



الحادي عشر:
الشراء ليس رياضة يحضرها مشاهدون

03

02

01

مجرد المشاهدة أو الاستماع
هو انفلاق محض

القرارات تتطلب عقلاً منفتحاً

الشراء فعل مرتبط بالقرارات

طرق تطوير أسلوب العرض بمشاركة
العميل ليصبح أداة بيع قوية

- قم بسرد جميع الخطوات لغير الخبراء وميز الأهم وتذكر أسماءها
- قم بسرد السؤال والاعتراض المحتمل
- قم بترتيب التوضيح متسلسلاً منطقياً
- طبق أسلوبك على كل من تستطيع
- أخرج الإحباط وأدخل المتعة
- لا تبطئ العملية بالتفاصيل غير المهمة

صيف مقابلات البيع

- البيع اتصال ثنائي الاتجاه
- البيع مباراة تنس بين البائع والمشتري
- أهمية السيطرة على العميل
- التعامل مع مستجدات الموقف وفقاً للمعطيات
- إشراك المنظمة في المفهوم والطريقة



إشراك المنظمة في مقابلة البيع

- مراجعة تسلسل التوضيح العملي الحالي
- إنشاء الأسئلة التي يتم طرحها عادة في مقابلة البيع
- تحضير قائمة المزايا للمنتج أو الخدمة
- تعامل مع الخطوات الثلاث أعلاه بتدفق وتسلسل عميق
- راجع الملخص ومعك الكتاب
- تدرب على تسلسل البيع الجديد
- اخرج واحصل على المال



الثاني عشر:

أضف "قدرة البطل" على البيع في عروضك وتوضيحاتك العملية

- معظم البائعين يقضون 80% من وقتهم في العرض والتوضيح و20% لأشياء أخرى
- يقضي البائعون الأبطال 40% من وقتهم في العرض و10% في البحث عن العملاء و50% للتخطيط والتأهيل والتدريب والتحسين
- البائعون الأبطال يجلبون ما بين 4 - 10 أضعاف الأعمال التي يجلبها البائع العادي
- "تمثل مهارة وثقة البائع البطل 25% أما اهتمام البطل وقدرته في تخطيط المبيعات والتغلب على الاعتراض واختيار وتأهيل الأشخاص واستحقاق الإحالات تمثل 75% من نجاحه"

خطوات نجاح العروض والخطابات والتوضيحات

- أخبرهم بما ستقوله لهم (المقدمة)
- أخبرهم بما أنت متواجد في ذلك المكان لتقوله لهم (العرض)
- قل لهم ما قلته له للتو (الملخص)
- استراتيجية: (أفكار جديدة - العمق والربط بالاهتمامات والاحتياجات - خلاصة مع الاتجاه)
- لا تمل من العبارات التي تنجح وكررها
- التركيز على العملاء واحتياجاتهم مع كل عرض



أهم التكتيكات لفاعلية العرض التوضيحي في البيع

- السيطرة باستمرار الأسئلة
- مواجهة الاعتراضات وفوز التعامل معها
- عبر بكلمات متجددة يريدون سماعها
- استمتع بالفطنة الملفوظة والتعبير الحساس
- أدخل الألفاظ الوصفية (فريدة - رائعة...) في العرض
- تعلم لغات ومصطلحات خاصة ومختلفة
- أبق عملاءك منخرطين عقليا وبدنيا
- تعامل مع المقاطعات بهدوء وصبر وقم بالتلخيص
- لا يتجاوز عرضك أكثر من (17) دقيقة لأجل تركيز المشتري
- خطط كل عرض كتابة حسب كل مجال

كيف تخطط عرضك مسبقاً كتابة؟

- حدد المكان أو المصدر الذي تحصل منه بالمعلومات اللازمة
- العمل باستمارة التخطيط المسبق (أفراد - عائلات - مؤسسات - شركات)
- ركز على الفوائد التي يقبلها العميل المحتمل (نتيجة من الهاتف والمقابلات والعروض)
- الاستعداد بأسئلة المقاومة للتخلص من الاعتراض المبدئي
- استعد بالأجهزة والمواد المساعدة للتوضيح والعرض
- استخدم قصص لمواقف مشابهة
- كن جاهزا قبل العرض بيوم وقم بمراجعته
- استعن بالمساعدات البصرية لتنشيط التركيز وتقليل الحديث وتساهم في الإقناع
- استخدم المطبوعات والكتيبات والنشرات وشاركهم إياها
- اعتن بأجهزتك وموادك فإنها تعكس شخصيتك أمامهم



الثالث عشر: إتقان اللقاء الأول

الانطباع الأول يحطم أو يخلق فرصة
مفتاح العملاء التقدم لهم بلطف حتى يسترخوا للسماح بعاطفة الرغبة تتغلب

خطوات أول مقابلة للعميل المحتمل الأكثر نجاحًا



رحب بهم بطريقة لائقة



انظر في عيونهم باحترام



ابتسم في وجوههم



اطرح سؤال إشراك
إيجابي افتتاحيا



دعهم يحسمون أمرهم



صافح ولا تصافح (حسب العميل)



الرابع عشر:
التأهيل هو مفتاح مشاركة الحصة

- التأهيل هو مفتاح الإنتاج المرتفع للصفقات
- أهمية أساليب التأهيل المسبق

الخطوات الست (6) لتسلسل التأهيل مع العميل ((NEADS

02

(E) - من كلمة (ENJOY) اعرف ما يحبه ويستمتع به الناس في منتجك

01

(N) - من كلمة (NOW) اكتشف الآن

04

(D) - من كلمة (DECISION) تأكد من حديثك مع صاحب وصانع القرار الحقيقي

03

(A) - من كلمة (ALTERED) تغيير في اسم أو وصف المنتج أو الخدمة لأجلهم

06

امنحهم ثلاث اختيارات تناسبهم (ألوان - أشكال - أحجام - أسعار ...)

05

(S) - من كلمة (SOLUTION) إشعارهم بحظهم بحصول الحل المناسب للاستمرار بالصفقة



الخامس عشر: موضوع الاعتراض

- الاعتراضات (المخاوف) هي طريقة تعبير العميل المحتمل لتبطين الأمور في اتخاذ قرار متهور للشراء
- يشعر الأبطال بعاطفة تجاه الاعتراض المزعج بحماس لأنه ملموس ويقربهم من الصفقات
- الاعتراضات هي درجات سلم النجاح في المبيعات

مفهوم وتعريف الاعتراض

- الاعتراض: هو كلام يقوله العملاء المحتملون تعبيراً عن رغبتهم في معرفة المزيد
- الاعتراض من العميل عادة بصدق لطلب المزيد من المعلومات
- نوعان للاعتراضات: الفرعية والرئيسية
- الاعتراضات الفرعية: تستخدم لتبطين الأمور - تعبير يريدون منه التفكير برؤية وللمزيد من التوضيح - إشارة جيدة لما يدور في أذهانهم
- الاعتراضات الرئيسية: منتجك له حدود لا تلبي احتياجات العميل - مخاوف لا يحلها منتجك
- الظرف: سبب منطقي لعدم المتابعة وهو عائق كامل أمام البيع يجب تتقبله وتبتعد عنه
- الأبطال لديهم القدرة على التفريق بين الاعتراضات والظروف
- استثمار معرفتك الفائقة بما تبيعه ليشبع احتياجات العميل

ما يفعله وما لا يفعله أبطال البيع

03

قم بقيادتهم للرد على اعتراضاتهم

02

لا تهاجم العملاء

01

لا تجادل العملاء



نظام التعامل مع الاعتراضات

- الاستماع له حتى النهاية
- أعد تقديم الاعتراض بنبرة استفسارية صادقة
- شكك في القلق بطلب التفصيل والتوضيح
- الرد على الاعتراض
- أكد الرد للتأكد من الفهم
- غير سرعتك وانتقل للخطوة التالية في تسلسل البيع حسب الموقف

أربعة (4) معالجات بالصدمة للمخاوف



غير قاعدتهم الأساسية بطرح أسئلة تثير الفوائد



ضع العميل المحتمل في مكانك



استعرض تاريخهم



اسأل بشكل تنازلي



السادس عشر: الإغلاق نجاح جميل

02

01

الإغلاق هو المكان الذي يوجد به المال

الإغلاق: نتيجة الفوز / جوهر الأمر / الغاية

أهم نصائح الإغلاقات المحددة

- أحضر مواد الإغلاق معك دائما (في أي مكان أو وقت)
- اعرف متى تظهر الاستمارة أو العرض بسرعة
- اعمل بكل نظافة وأناقة لك وأدواتك
- اعمل العمليات الحسابية بإتقان
- اجعل الرسائل الإثباتية تتحدث

الإغلاقات التجريبية (أسئلة مميزة)

03

02

01

بأسلوب الشيهم (التوافق
بين الرغبة والمنتج)

بالاستنتاج الخاطئ
(استمع للعميل ربما
تجد ما يمكن استغلاله)

التقدم بالبديل أو
الافتراضي مع العميل



كيفية اجتياز أخطر أوقات الإغلاق

أخطر وقت في تسلسل الإغلاق: عندما تكون منشغلا في فعل أي نوع من الحساب أو الكتابة

- يخسر معظم البائعين الجدد في هذه المرحلة صفقاتهم
- أهمية تملك مهارة الكتابة والحساب السريعة والمنتبهة مع العميل لكي لا يشرذ
- حافظ على الوتيرة العاطفية

الإغلاق الحقيقي (الرئيسي)

- تعريف الإغلاق: استغلال رغبة الناس في امتلاك فوائد منتجك بطريقة احترافية
- مزج رغبتك الصادقة في خدمتهم ومساعدتهم على اتخاذ القرارات لصالحهم
- القرار في صالحهم مفتاح الإغلاق
- أغلق بتعاطف مع العميل
- مهارة المطالبة بقرار إيجابي والحصول عليه هو الإغلاق
- ساعد الناس في إيجاد طرق للامتلك بأمان وسرعة

نصائح لتحسين الاغلاقات

- اعمل بحماس مع كل أنواع الشخصيات (تحبه - لا تحبه)
- اعمل بحماس مع كل أنواع المنتجات والخدمات (تحبه - لا تحبه)
- التركيز على فوائد وخصائص وحدود منتجك أو خدمتك من وجهات نظر المشتريين المحتملين بمقياهم
- انشر الاعتقاد بأن تستطيع إشباع احتياجاتهم
- اعرف متى تغلق مع العميل (تصرفاتهم)
- أغلق في أي مكان عند استعدادهم للإغلاق ولا تتركهم بالرسميات



التركيب البنيوي للإغلاق

03

اتخذ القرار

- قرر أفضلية امتلاكهم
- قيادتهم للقرار

02

أدرك إشارات الشراء

- اللفظية: (طرح الأسئلة - اصدار أصوات)
- بصرية: (إبتسامة - تلاً الأعين)

01

افهم ما يريدونه ويحتاجون إليه

- التأهيل للرغبات بالعاطفة
- فهم الدوافع منهم

06

أسلوب ملتقى التعارف والمبادلة والاتصال

- الاستماع الحقيقي
- انتباه كامل

05

أسلوب الدفاع عن الحق

- الحديث بود
- لا تغير لهجتك أو أسلوبك أو سرعتك

04

أغلق البيع بثقة عفوية

- كتابة الطلب
- الموافقة

أهم جملة في فن البيع

الجملة الأكثر أهمية: "كلما سألت سؤال إغلاق اصمت فالشخص الذي يتحدث أولاً يخسر" "اصمت" تحدي يواجه البائعين حديثك أولاً يخفف الضغط من على العملاء المحتملين ويضع الصفقة يبلغ معدل الإغلاقات عند العملاء بعد محاولتهم الخامسة فاستخدم لا يقل عن خمسة إغلاقاً للنجاح



السابع عشر:

ستة عشر (٦٦) إغلاقا ديناميكيًا للأبطال الطموحين

04

إغلاق "أريد التمتع في التفكير"

- يريد العملاء تبطين الأمور
- اتفق معهم مع تعزيز جديتهم
- تأكيد حقيقة تفكيرهم بتمتع
- وضع المعنى بقوة
- تأكيد الأمر بالمال

03

إغلاق موازنة "بينجامين فرانكلين"

- الثقة العالية
- مستوحاة من الشخصية
- الكلمات الدقيقة
- الأسلوب الهادئ واليقظ
- الأسلوب الودود والمحترم
- الأسلوب الوثائق والكفاءة

02

الإغلاق المكتوب الأساسي

- دعني أدون ملاحظة
- إغلاق فعال عند استخدام الاستثمار
- استمر في ملء الاستثمار

01

الإغلاق الشفوي الأول

- عندما تكون قد حددت الاحتياجات التي يمكنك إشباعها
- في المبيعات الصناعية والتجارية والحكومية

08

إغلاق "أمي الحبيبة العاقلة"

- استخدم الضحك عند الضغط
- قل لهم: أمي الحبيبة تقول: السكوت علامة الرضى
- استخدمه عند مناسبه فقط

07

إغلاق السؤال الفرعي

- ا طرح القرار الرئيسي بسؤال وأضف سؤال إشراك وتقدم بديل
- اذكر القرار الرئيسي بعبارات مضمنة باستفادة العميل
- لا تتوقف بين السؤال الرئيسي والفرعي
- اذكر السؤال الفرعي بعبارات سؤال إشراك وسؤال تقدم بديل
- أعد إغلاقك الكامل مسبقا
- استخدم العفوية
- قدم الإغلاق بهدوء ويقظة

06

إغلاق الرد على السؤال بسؤال

- أسلوب الشبهام
- الالتزام بالصمت أولا
- معرفة الفوائد التي تقدمها
- انتقاء المعلومات القيمة له

05

إغلاق التقليل ليصبح تافها

- التركيز على الفرق عند ارتفاع التكلفة للعميل
- لا تعارض التكلفة المرتفعة وانتقل للفروقات
- يجب معرفة الأرقام تفصيليا
- قلل اعتراضهم النهائي بالفروقات ليصبح تافها



09

إغلاق "الجرو"

- تببيع المنتج أو الخدمة كما لو أنه كلب صغير يأخذه للمنزل
- الجرو يتعلق بهم والأطفال عشقوه

10

إغلاق الموقف المشابه

- عند الشهور الشخص بقلق مشابه لقلق سابق مر عليك
- خصص بعض الدقائق لتوثيق الموقف ونقله له

11

إغلاق "لا تتضمنه الميزانية"

- خاص بالتعامل مع الادارات العليا في الشركات
- عندما يقل (خدمتك ليست ضمن الميزانية) استمرار إدراك ذلك معهم
- تعزيز مكانتهم الوظيفية في الشركة وسلطتهم وصلاحياتهم
- توضيح اضافة المنتج او الخدمة في التوفير او زيادة المكاسب لهم
- الاقرار بالفائدة

12

إغلاق الحقيقة الاقتصادية

- من النادر تحصل على الأفضل بإتفاق الأقل
- أضف القليل لاستثمار أفضل
- استثمر عاطفة عدم فقدان الكرامة بشراء منتج أقل قيمة

13

إغلاق "يمكنني الحصول عليه بسعر أرخص"

- اتفق معهم بحصولهم على سعر أرخص أولاً
- ابدأ التشكيك في عقولهم بشأن ما يحصلون عليه مقابل المال
- الناس يبحثون عن: (أرقى جودة - أفضل خدمة - أقل سعر) فلديك الجودة والخدمة

14

إغلاق الأفضلية التنافسية

- الحصول على أفضليات كبيرة أو صغيرة منافسة
- المنافسون يواجهون تحديات اعرفها

15

إغلاق السلطة العليا

- اختر شخصية السلطة العليا الخاصة بك المستهدفة
- وطف هذه الشخصية للمنتج
- قم بإعداد موقف المبيعات المحدد له
- قم بإعداد الملف المناسب له
- أغلق معه

16

إغلاق الصفقة الضائعة

- ابدأ بجمع كل ما معك
- استسمح المغادرة
- أكد على جودة منتجك
- اطلب منهم أي ملاحظات
- وضح لهم برغبتك بمساعدتهم
- أقم جسر تعود إليه معهم



الثامن عشر: قبضة منتزعي المال

المنتج أو الخدمة أو الموقع هي أقل أهمية من أساليبك وتخطيطك وإصرارك

الأنظمة الثمانية (8) لتحويل المال القليل إلى مال كثير

04

مع كل اكتشاف احفر
المسافة كلها

- إذا عرفت طريقة ناجحة أو عميل محتمل فاحفر أقصاه من نوعه ومثله

03

بع لهم بالحزم مثل الموز
(مجموعة)

- تعزيز المنتجات (عروض تجميعة)

02

الإضافة

- زيادة الحجم للمنتج أو الخدمة (خيالك)
- أضف ما يريده العملاء في منتجك
- لا تحصل على صفقة إضافية جديدة إلا بعد إغلاق الأصلية تماما
- اعرض لهم الإضافات لتحقق مزيد من الصفقات

01

مضاعفة المال

- الأشخاص محاطون بغيرهم
- اضرب الصفقة الواحدة في عامل اثنين ثلاثة
- قاعدة: اعمل مع كل مشتر كما لو أن ذلك الشخص يمثل ألف حالة
- التأثير الهائل للإحالات من العملاء

08

اشكر الناس كتابة وفورا

- اكتب رسالة شكر للعملاء مباشرة
- اشكرهم للمقابلة للموعد للشراء
- اشكر العميل: الاتصال / بعد التوضيح / بعد الشراء / بعد الإحالة / بعد الجهود
- اشكر الأشخاص الذين لم تبع لهم لوقتهم ولطافتهم ومقابلتهم
- خصص الوقت للرسائل وسوف تحصد الربح

07

معاودة الاتصال

- من أهم خطوات تسلسلات البيع
- أعد الطريقة عليهم
- ابتسم وردد اسمك وشركتك
- لخص مزايا المنتج لهم

06

كن إعلانا متجولا دائما

- الأناقة
- احمل حافظة أوراقك وعليها ما يبرزك (اسم الشركة)
- ابتسم
- اللقاءات العارضة مربحة

05

استخدم بطاقات العمل الخاصة بك للوصول لأشخاص لم تقابلهم مطلقا

- الكثير من الأعمال مصدرها البطاقات فلا تستهين بها
- قدم البطاقات لكل أحد



التاسع عشر:

كيف تتعب أقل وتستفيد أكثر من المستندات؟

- لدينا وقت يستغل ووقت يهدر
- المستندات كالبترول في أهميتها
- قم بطريقة صحيحة حول مستنداتك استثماراً للوقت وتحقيقاً للهدف

أهم قواعد مستندات البائعين



التحكم



المراجعة



الدقة



الوضوح



الزمن

(التاريخ - اليوم - الوقت)



التصنيف



جمع معلومات القرار



توفير المعلومات
(الحكومية)



فئات المستندات

03

معلومات تحتاج إليها الشركة
للتحكم بالتسويق والإنتاج

- التعاون بحماس
- التقارير المرصودة
- جمع المعلومات
- المبيعات
- "الطريق إلى الدمار
- مهود بالنيات
- الحسنة"
- بذل الجهد أكثر في
- المعلومات أفضل
- من بقاء القلب
- الالتزام بالمواعيد
- والزم من مع
- مستنداتك

02

معلومات تطلبها الحكومة

- تسجيل
- المعلومات
- متابعة
- التحديثات
- الوقت
- المستغرق

01

معلومات يتحكم فيك بها

- إعداد الملفات
- والمستندات بناء
- على طبيعة
- البائعين العاديين
- لكي تكون مكتملة
- الشركة مجبرة
- لتحفيز البائعين
- العاديين من خلال
- المستندات
- أهمية السجلات
- والمستندات
- الدقيقة
- ابتكار نماذج أفضل



مستندات المتابعة

02

البائعون يتمتعون غالباً بحرية أكثر

01

طبيعة مهنة المبيعات أنك تعمل لصالحك

04

ابدأ بنشاط تنظيم نفسك باستمرار

03

أهمية ضبط النفس لتجني أكثر

05

التنظيم يوفر الوقت ويمنع المشكلات المستقبلية وهو
أساس بناء الإحالات في المواعيد والتفاصيل



تصنيف قوائم العملاء لدى البائعين في المستندات

03

غير متحمسين

- مواصفاتهم: "عملاء متوقعين - لم تصنفهم - بدون موعد"
- مراجعة ملفهم باستمرار لإضافة حماس لديهم بالطرق التي تعلمتها
- لا تتسرع بطرد الأشخاص غير المتحمسين باعتبار أنهم لا يستحقون الجهد

02

معتدلون

- مواصفاتهم: "لديهم حاجة - مؤهلون للشراء - ليسوا متحفزين للغاية حتى الآن"
- ينتظرون حدث لإثارة احتياجهم
- معاودة التفكير في دورة الرغبة معهم

01

متحمسون

- مواصفاتهم: "لديهم حاجة - مؤهل للشراء - مهتم بصدق - قرار قريب"
- في المعدل يتراوح من 3 - 5 متحفزين في جميع الأوقات لدى البائعين

06

كن إعلانا متجولا دائما

- الاتصال بهم
- تصنيفهم (متحمس - معتدل - غير متحمس)

05

عملاء دورة الرغبة

- راجع القوائم
- استعد بالقيام بالخطوات الصحيحة لتلبية رغباتهم

04

عملاء متوقعون من ملقئ المبادلة الموجهة

- احتمالية حماسهم
- تنسيق نشاط المبيعات معهم
- أبلغ الشخص المبادل بالتقدم المحرز



العشرون: تكوين الثروة يبدأ بتخطيط الوقت

تخطيط الوقت بدقة من أهم عوامل النجاح
لكي تزيد مبيعاتك ودخلك لابد أن تخطط وقتك

خطوات تخطيط وتنظيم الوقت

- اكتب قائمة المهام التي تريد فعلها للغد بورقة
- ضع عليها علامات ترتيب الأهمية والأولوية
- قم بترقيم المهام حسب الأهمية
- اعمل أهم الأشياء أولاً
- تعلم تجعل نفسك أكثر فاعلية في تأدية المهام
- قم بإعداد جدول زمني لإنجاز المهام
- تعلم كيف تنجز المهمة في أقصر وقت ممكن
- كلما أسرعت في الانتهاء بإتقان زادت مهاراتك ونتائجك
- كرر باستمرار هذه الاستراتيجية مع قياس زمن تنفيذ المهام
- طور نفسك ومهاراتك في المهام التي تأخذ منك وقتاً أطول
- دوّن أهم الأشياء كل ليلة واجعل عقلك الباطن يفكر ليساعدك في الحلول
- أطلق إبداعك في كيفية التعامل بشكل أفضل وأسرع في تأدية أكبر حجم من المهام
- أنشئ نظام متابعة يومي وأسبوعي وشهري يناسبك ويحقق النتائج
- كن "فعالاً" في كل منطقة أو مرحلة أو خطوة "محيحة"



قائمة الأشياء المهمة للبائعين العظماء

03

البحث (العالم متغير ومتجدد)

02

لقاءات وزيارات (مواعيد
محددة ومجدولة)

01

مغادرة المكتب (خارج أسوار
مكتبك انطلق مبكرا وكثيرا)

06

الصحة العاطفية (برنامج
المكافأة الشخصية)

05

صحتك البدنية (حماية من
المستشفى - فاعلية - الاستفادة
من الحياة)

04

العائلة (لا تخسر عائلتك)

07

البحث عن عملاء (اجعل دخلك مستمر النمو)

تقسيم وقت البائعين العظماء

03

الاستعداد للقاءات وزيارات 8%

02

أفعال البحث عن عملاء 75% - 50%

01

الاستعداد للبحث عن عملاء 5%

05

خدمات ما قبل وبعد البيع 5%

04

تقديم العروض للعملاء 5% - 10%



الحادي والعشرون: كيف تتخلص من التدهور

- اعرف سبب تدهورك
- واجه السؤال بدون تهرب: ما سبب تدهورك؟
- التغلب على التعاسة مطلب لنجاحك في البيع
- اقتنع بـ: "معظم الناس ناجحون في جزء من الوقت وليس طوال الوقت".
- استعن بمساعدات خارجية: (كتب - ندوات - مسامع صوتية - مقابلة شخصيات...)

مناقشة شعور إجابة السؤال: هل أنا سعيد؟

03

شعور "أنا تعيس في بعض الأوقات وسعيد في أوقات أخرى"

- هي أفضل إجابة وتحتاج مزيد من الإكمال
- افهم واعرف واعمل كل ما يواجهك من تحديات بنفسك أو بمساعدة غيرك طالما تحقق أهدافك
- احذر من حالة الشوق لكي لا تكون حالة التعاسة والإحباط
- نفّس عن حزنك وتخلص منه
- غُد بثبات لحالة السعادة المعتادة لديك
- تجاوز مواقف التعاسة ولا تجرّها لبقية حياتك
- تعلم طريقة معالجة التغيير مع المواقف

02

شعور "أنا سعيد طوال الوقت"

- يجدر التفكير بعناية للتعنه
- لابد الشعور بالحزن حسب المواقف
- عدم المبالاة الدائمة حالة خاطئة
- القدرة على التعبير عن الحزن يحقق التصالح والاستمرار بالمحاولة والوصول للإمكانيات
- التعاسة يجب لا يزعجك الا بعض الوقت ولا تمنعك من العمل والحلول
- قاعدة "التركيز على ما يمكنك فعله بدلا مما لا يمكنك فعله أو لم تفعله"

01

شعور "أنا تعيس طوال الوقت"

- الحاجة للمساعدة
- تعلّم كيف تفعل ما عليك فعله لتصبح ناجحا ثم تنصرف وتفعله
- المال لا يشتري السعادة
- الشعور بالتعاسة عادة وكذلك السعادة والخيار لك



أهم وأقيم ثلاث عادات التي يمكنك غرسها للسعادة

- غير ما تريد تغييره
- تقبل ما لا تستطيع أن تأمل في تغييره
- كن سعيدا بعناد بغض النظر عن أي شيء

استراتيجيات المحافظة على شعور السعادة للبائعين

- الحديث مع نفسك في مكان هادئ
- السيطرة على المشاعر
- الدخول لمكان العمل بالابتهاج
- ارسال الابتسامات للجميع
- اعمل المعروف
- لا تشمتهم بك واحتفظ بنفسك عند الشعور السلبي ولا تنقله لهم
- قلل من أهمية الأمر التعيس
- غير الموضوع لشيء إيجابي
- أدخل الفكاهة والضحك
- عامل الموقف السلبي بالصمت أو بكلمات تشجيعية



خطوات نظام 60/90 العشر (10) للتخلص من التدهور
والإس والتعاسة

02

استجد الماضي يوميا وأزل الآمال الزائفة

01

عليك أن تصبح بارعا للغاية في عملك

04

خطط مستقبلك بدلا من القلق بشأنه

03

عش في هذه اللحظة (الواقع)

06

لا تشعر بالذنب وعليك بنسيانه

05

لا تطلب العدل من الحياة وإلقاء اللوم

08

تعامل مع المماثلة بوعي

07

التزم بالأداء العالي

10

تعلم حب النمو والتغيير والحياة

09

عزز حس الفكاهة لديك



الثاني والعشرون: أكثر مهارة ضرورية على الإطلاق

- نادرا ما تكون القدرة هي سبب عدم الإنجاز فالكل لديه قدرات
- يتمثل التحدي بشكل شبه دائم في اكتشاف ما نريده
- الخوف من الفشل يكبت العديد من الرغبات
- عدم المحاولة أسوأ من الفشل
- المهارة الأهم: "هي إيجاد ما يحفز شخصيتك"

نصائح لإيجاد المحفز لشخصيتك

- وسّع الأفق
- ابحث عن أصدقاء جدد
- ابحث عن مكافآت محالة تستحق الثمن
- الاتصال بذاتك الحقيقية
- دوّن ما تعتقد أنك تريده وانظر إلى أهدافك مكتوبة بالورق والتزم بها
- انظر إلى أهدافك يوميا
- افعل ما يجب فعله وادفع الثمن
- ابدأ بهدف إيجابي واحدا وحققه
- ابدأ بالأهداف قصيرة المدى



مهارات وضع الأهداف الفعالة



متحدثاً



عقلانياً



محددًا



مكتوباً



التوازن بين الأهداف
طويلة المدى
والقصيرة



مزمّنة قصيرة
مدى (90 يوما)



موجهة للطريق



قابلة للتعديل
وفقاً للمعلومات



مراجعة منتظمة



الانسجام بين الأهداف



ضع أهدافاً في
كل مناحي
الحياة السبعة



شارك محبيك
بالأهداف وعند
تحقيقها



ليكن لديك أهداف
يومية وراجع
النتائج كل ليلة



اتصل
بالمستقبل
وحدد أهدافك



لا تنقشها بالخوف



مفعمة بالحياة



ابدأ الآن



افهم الحظ
واجعله من نصيبك



ضع أهداف نشاط وليس
أهداف إنتاج فقط



درب نفسك
الشوق لأهدافك



الثالث والعشرون: كيف تبيع لأهم الأشخاص الذين تعرفهم؟

- لكي تكون بارعا في البيع يجب تكون قادر على البيع بفاعلية لأهم الأشخاص في عالمك
- قاعدة: "يجب أن أفعل أكثر شيء منتج ممكن في كل لحظة معينة بقوة كبيرة على حياتك الخاصة"
- مارس كل ما في الكتاب مع محبينك وأهلك وأصدقائك فنريدك بائعا بطلا وزوجا بطلا وأبا بطلا وصديقا بطلا
- كل ما عليك فعله هو أن تدفع الثمن ثم يمكنك تحقيق أهدافك.

مقولات مميزة

- "أفرغ العملات التي في حقيبتك في عقلك وسيملأ عقلك حقيبتك بالذهب" بينجامين فرانكلين
- "لا يحكم على بعدد المرات التي أفشل فيها، ولكن بعدد المرات التي أنجح فيها وعدد مرات النجاح تتناسب مع عدد مرات الفشل واستمر بالمحاولة" توم هوبكنز





لمشاهدة جميع ملخصات الهاجري

X @aboaadl2030 Aboadl