



سمینار

# پازل فروش موفق

در دنیای فروش، سه سال جلوتر باش

مهرماه ۱۴۰۳



بهتون تبریک میگم که  
برای رشد کردن 🌱 بهانه نیاوردین.





# امشب چه شبی است؟؟

آموزش

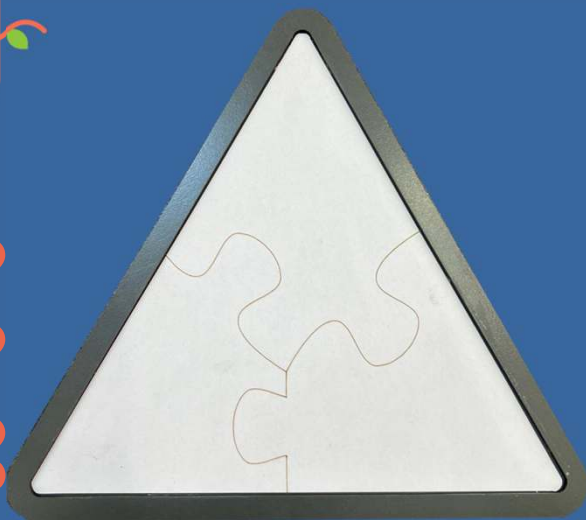


کارگروهی

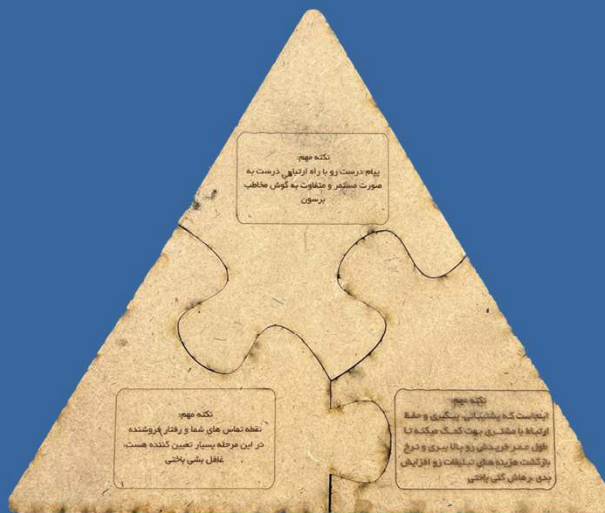




# فعالیت‌های امشب:



برگ یادداشت



نکات مهم



پازل شما

# سمین آرت

**سمین آرت**

موضوع: یاد آموزش فروش | تاریخ: ۲۵، ۲۷، ۲۸، ۲۹

مدرس: دکتر مرتضی ملاحسینی | محل: هتل پارس - تهران

**ایجاد مشتری برای (دور) شما چه چارهای داری؟**

کامل کلید کن مشتری شما به شما  
بهترین ابزار معانه میکنه  
چالاقتنه تمام بعد از برداری

آگد افشاش روی  
عزت رو تک کردن  
بی سایه نظیره

**قبل خرید**  
این مرحله حیاتیست کم نمیشه  
درست اجا کنی بزنه ای: 1

**حین خرید**  
ایجاد کنی  
از من بزنش  
باز از جوت سایه برای چن  
مرحله انتقال بین شما در زمانه!  
هرچی زحمته داری لاکن

**بعد خرید**  
چون فینشش تکمیل  
خرید مشتری شامت  
این مرحله تبدیل کنه  
مشکل که خود مشتری در دست بگیره

مرکز فروش اتاق رشد | بلوار جمهوری نیش کوچه مولوی | ۰۹۱۳۰۵۰۰۲۴۷ | mollahoseyni.coach

مرکز فروش اتاق رشد

سعی‌گار پازل فروش موفق

قبل خرید

چه جاهایی تو چشم مشتری باشم؟

رقیم کیه و چجوری تحلیلش کنم؟

چجوری اعتماد سازی کنم؟

نقاط تماس در طول خرید

چین خرید

چجوری به مشتری بیشتر بفروشم؟

بهبانہ مشتری هام چسی هست؟

چجوری رفیع بهانه کنم؟

چسی کار کنم دهان به دهان بیچم؟

چسی رو اندازه بگیرم؟

چجوری اندازه بگیرم؟

بعد خرید

میرحیسان محمدتقی • سعی‌گار پازل فروش موفق • اول حضور پهلوان سوره سوره • Mollahoseyni.coach

# بوم کار گروهی شما

تا بهت نگفتم اسکن نکن!



منوچک لیست های ورکشاپ  
پازل فروش موفق



## مرتضی ملاحسینی اردکانی



- مدیریت عالی کسب و کار (DBA)
- دارای گواهینامه بیزینس کوچینگ سطح ۲ از ICF آمریکا
- دانش پذیر کوچینگ سطح ۳ (مستری) در آکادمی کوچینگ ایران
- دارای گواهینامه کوچینگ سازمانی از SfiO آلمان
- دارای گواهینامه آموزشی مدیران عالی از IBC ایران
- دارای گواهینامه کوچینگ توسعه فردی و کسب و کار از فنی حرفه ای
- موسس مرکز تخصصی فروش اتاق رشد تحت نظر فنی حرفه ای



این داستان  
اکثر  
صاحبین  
کسب و کاره





چسب زخم پازلیه که قراره حلش کنیم

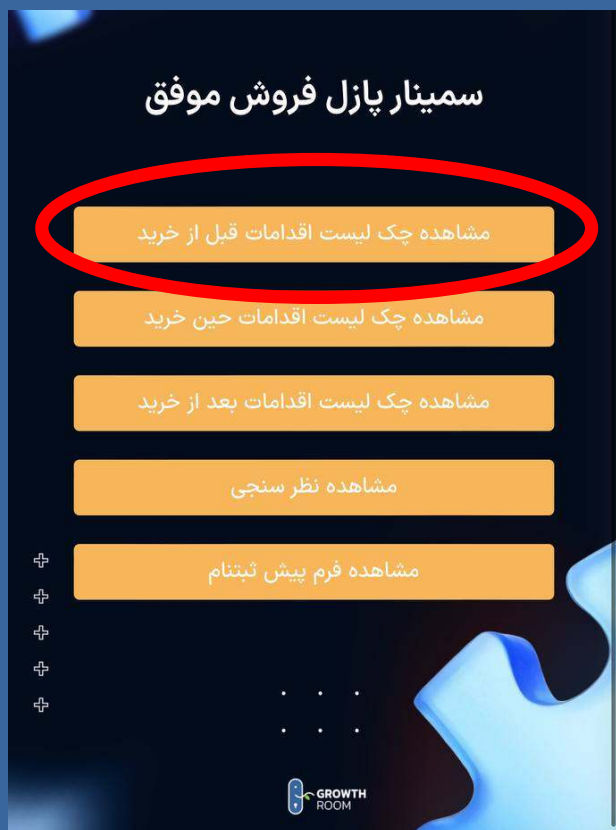


قبل از خرید

قطعه اول



# تکمیل چک لیست اقدامات قبل از خرید







رقبای خودم را می شناسم و آنها را تحلیل می نمایم؟

- بله
- خیر

قیف فروش کسب و کار خودم را رسم نموده ام؟

- بله
- خیر

وظایف فروشنده هایم را مکتوب نموده ام؟

- بله
- خیر

اسکرپت فروش را طراحی و مکتوب نموده ام؟

- بله
- خیر

برنامه آموزشی برای خودم تدوین و مستمرا آموزش می بینم؟

- بله
- خیر

فروشنده هایم را در راستای شناخت کامل محصول و خدمات توجیه می نمایم؟

- بله
- خیر

برای جذب مشتری جدید برنامه مشخص و مدون دارم؟

- بله
- خیر

لیست افرادی که در کنارم هستند و می توانم از آنها در مسیر شغلی کمک بگیرم را کامل آماده نموده ام؟

- بله
- خیر

شرکای تجاری خود را می شناسم و با آنها در ارتباط می باشم؟

- بله
- خیر

کانال های ارتباطی ام را مشخص نموده ام و اولویت بندی کرده ام؟

- بله
- خیر

هسته برند خود را مشخص کرده ام و قراره آن را در تبلیغات بلد کنم؟

- بله
- خیر

اقدامات لازم در راستای اعتماد سازی برای مشتری را انجام داده ام؟

- بله
- خیر

هدف گذاری را بلدم و برای فروش هر ماه هدف گذاری می نمایم؟

- بله
- خیر

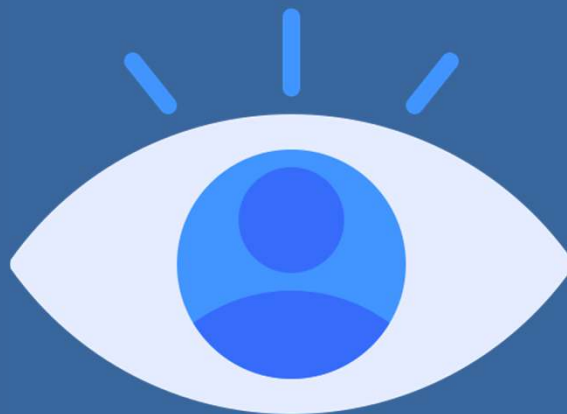


## پشت پازل نکته رو بخون

پیام درست رو با راه ارتباطی درست  
به صورت مستمر و متفاوت  
به گوش مخاطب برسون.

## اقدام اول:

چه جاهایی تو چشم مشتری باشم؟





اکانت در سوشال مدیا



ساخت وبسایت



زدن فروشگاه



آیا ایجاد آگاهی تا همینجا کافیه؟

خیر

باید از طریق تبلیغات حضورتون رو اعلام کنید:





پرزنت (حضوری / تلفنی)



نمایشگاه ها

# تبلیغات حضوری



تراکت



سمینار

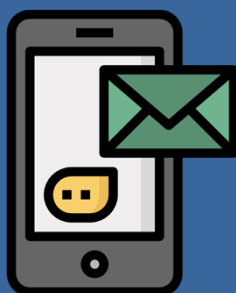


وینار



تبلیغات در سوشال مدیا

# تبلیغات مجازی



پنل پیامکی



پنل صوتی

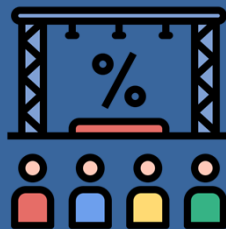


دیوار



بازارهای مجازی

# همه جا = واقعا همه جا





هاله اول

همراه اول



برای اولین بار 🏆  
یکسال اینترنت و مکالمه رایگان  
برای ۱۰,۰۰۰ نفر

✓ جایزه خرید و فعالسازی انواع سیم کارت همراه  
اول

👉 خرید سیم کارت از طریق

1 فروشگاه اینترنتی همراه اول

<https://shop.mci.ir/sim-cards>

2 مراجعه به یکی از مراکز فروش و خدمات همراه  
اول در سراسر کشور

👉 مشاهده نشانی مراکز از طریق لینک زیر

<https://mci.ir/mci-offices>

کسب اطلاعات بیشتر

<https://mci.ir/dream-sim-card>

📍 خدمت از ماست آدرس شما کجاست؟  
✓ بدون مراجعه حضوری انواع خدمات همراه اول را  
از طریق سرویس خدمت در محل (همراه یار) در مکان  
مورد نظر خود دریافت کنید.  
ثبت درخواست از طریق یکی از روش های زیر 👉

1 اپلیکیشن همراه من

<https://mymci.app/dlink?page=HAMYAR>

2 پورتال همراه اول

<https://mci.ir/hamrahyar>

3 تماس با شماره ۹۹۹۰



ورزش سه صفحه اصلی جدول لیگ برتر جام حذفی ویدئو روزنامه نقل و انتقالات نتایج زنده

اطلاعات بیشتر:  
ارسال عدد ۱  
به شماره

۲

AFR@NET

میلی؛ به قدرت طلا

با پرداخت اعتباری از تکنولایف،  
الان بخر بعدا پرداخت کن! خرید <

آخرین اخبار فوتبال

جدیدترین‌ها    پربازدیدترین‌ها    پربحث‌ترین‌ها

داخلی     خارجی     ویدئو

برترین لحظات ماتیبی به بهانه خداحافظی او از فوتبال

اینزگی هم از کریستیانو بهتر است

**جنجال پشت جنجال: رونالدو ها علیه کاسانو**

دعای آنتونیو کاسانو و کریستیانو رونالدو ادامه دارد. بعد از پیامی که کاسانو مدعی است رونالدو برای او فرستاده خواهر کریستیانو هم وارد ماجرا شد.

۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷

تیر دو حریف قطری استقلال و پرسپولیس، خیلی ضعیف!

الریان قطر در کسب پیروزی مقابل تیم قطر اس. سی ناموفق بود.

۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷

سفر از تو  
جاباما

هله اوله  
پیش شماره  
[۰۹۹۹۱۲]

باید تو چشم باشی وگرنه جات رو میگیرن  
یا جزگزینه های خرید نیستی  
و یا اصلا کسی نمیدونه هستی که بخواد ازت بخره







# برای آخرین بار تو چشم باش مثل این‌ها:













## اقدام دوم:

چجوری اعتماد سازی کنم؟



اینجاها باید اعتماد سازی



شکل بگیره:





توجه کننده



همراهی کننده



زبان بدن مناسب



لحن مناسب



گوش شنوا بودن

برخورد فروشنده



استفاده از رنگ سازمانی



محیط آرام بخش



بوی خوب



پذیرایی مناسب

دکور فروشگاه  
/ دفتر / سالن



نمادهای کسب اعتماد



راه های ارتباطی



پشتیبانی ۲۴ ساعته



محتوای رایگان



بخش نظرات

وبسایت



مستندات ارسالی و رضایت مشتریان



محتوای رایگان



فعالیت روزانه



سایت پشتیبان



هایلایت نظرات

اینستاگرام



نظرات مشتریان



امتیاز دهی



دمو نرم افزار

بازارهای مجازی

پس برای کسب اعتماد



ممبر فن

(member-fan)

یادت باشه



مرکز فروش اتاق رشد





نظرسنجی مشتری

# ممبرفین

فالور زیاد

رزومه قوی و طولانی

برندینگ قوی

مجوزهای لازم

مدارک لازم

## اقدام سوم:

رقیبم کیه و چجوری تحلیلش کنم؟





مستقیم: شغل دقیقا یکسان با ما دارند.

غیرمستقیم: خدمات / محصولی دارن که  
میتونه جایگزین ما بشه.

رقبا



## چک لیست تحلیل رقبا

مزیت رقابتی جیه	راه ارتباطی جیه	مشتریانش کیا هستن	نام رقیب

از چه فردی میتونم کمک بگیریم	چه الگویی میتونم ازش بگیرم	تفاوت خدمات و محصولش با من جیه



اما به اینجا ختم نمیشه چون ما باید نیم نگاهی به سایر  
کسب و کارهای موفق نیز داشته باشیم.



اینجا نقش ذهنیت خیلی پررنگه.





• کارش چیه؟

• **اینجا و از کجا؟** تعریف همیشه به نام:

• سودش چقدره؟

• **هضم تجربه** سود اصلیش کجاست؟

• **(تحلیل تمام کسب و کارها)** از کجا مرده پیداش کردن؟

• چطور ما رو قانع کرد بریم اینجا؟

• من اگر جاش بودم چی کار میکردم؟

نکته

این قطعه از پازل  
بی مایه فطیره

# بوم کار گروهی

رقییم کیه و چجوری  
تحلیلش کنم؟

قبل خرید

چه جاهایی تو چشم  
مشتری باشم؟

چجوری اعتماد سازی کنم؟

5:00





حین خرید

قطعه دوم

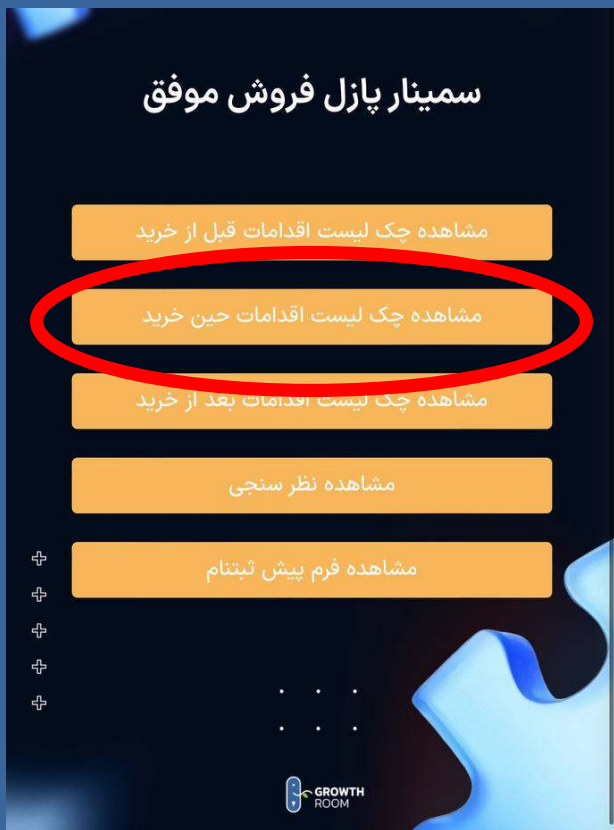




## پشت پازل نکته روبخون

نقطه تماس‌های شما و رفتار فروشندگانه  
در این مرحله بسیار تعیین‌کننده است،  
غافل‌بشی باختی.

# تکمیل چک لیست اقدامات حین از خرید



3:00

بهانه های مشتری را جمع آوری و برای آنها پاسخ طراحی نموده ام؟

بله

خیر

فرایند های بستن فروش را طراحی نموده و مشتری را رها نمی نمایم؟

بله

خیر

آموزش های لازم را برای فروشنده ها برگزار می نمایم؟

بله

خیر

ریسک های خرید محصول را مشخص و برای آنها ازبین برنده طراحی نموده ام؟

بله

خیر

نقاط تماس کسب و کارم را می شناسم و آنها را طراحی نموده ام؟

بله

خیر

برای فروش بیشتر به مشتریان، تکنیک های لازم را آموزش و آنها پیاده سازی نموده ام؟

بله

خیر

با سوالات درست نیاز سازی را در مشتری انجام می دهم؟

بله

خیر



## تاچ پوینت

هر نوع مواجهه یا تعامل مشتری با برند  
که باعث می شود به شکل آگاهانه یا ناآگاهانه،  
تجربه ای از برند در ذهن مشتری شکل بگیرد،  
نقطه تماس یا Touchpoint نامیده می شود.

۱. وبسایت و وبلاگ

۲. ویتترین و طراحی داخلی مغازه

۳. رسانه‌های اجتماعی

۴. تبلیغات، پوسترها و اشانتیون‌ها

۵. زیبایی شناسی و ظاهر فروشگاه

۶. بسته بندی و طرح آن

۷. خبرنامه ی ایمیلی

۸. انجمن‌ها و گروه‌های آنلاین

۹. دوره‌های آنلاین

۱۰. دانلودهای رایگان و به روز رسانی محتوا

۱۱. کاتالوگ‌ها و بروشورها

۱۲. رسیدها، فاکتورها و قراردادها

۱۳. گرافیک‌های تبلیغاتی

۱۴. غرفه نمایشگاهی





پیامک با متن جذاب  
حاوی لینک  
(حتی ادرس سایت)

کلیک روی لینک

دیزاین و چیدمان سایت

ثبت نام (پیامک)  
و دیدن محصولات  
در سایت

انتخاب محصول برای خرید  
و اضافه شدن به سبد خرید  
(فرایند)

نهایی شدن خرید  
پیامک پشتیبانی

دریافت محصول  
بسته بندی

تماس یا پیامک  
نظر سنجی

حفظ ارتباط با مشتری  
تا خرید بعدی

## بررسی یک نمونه

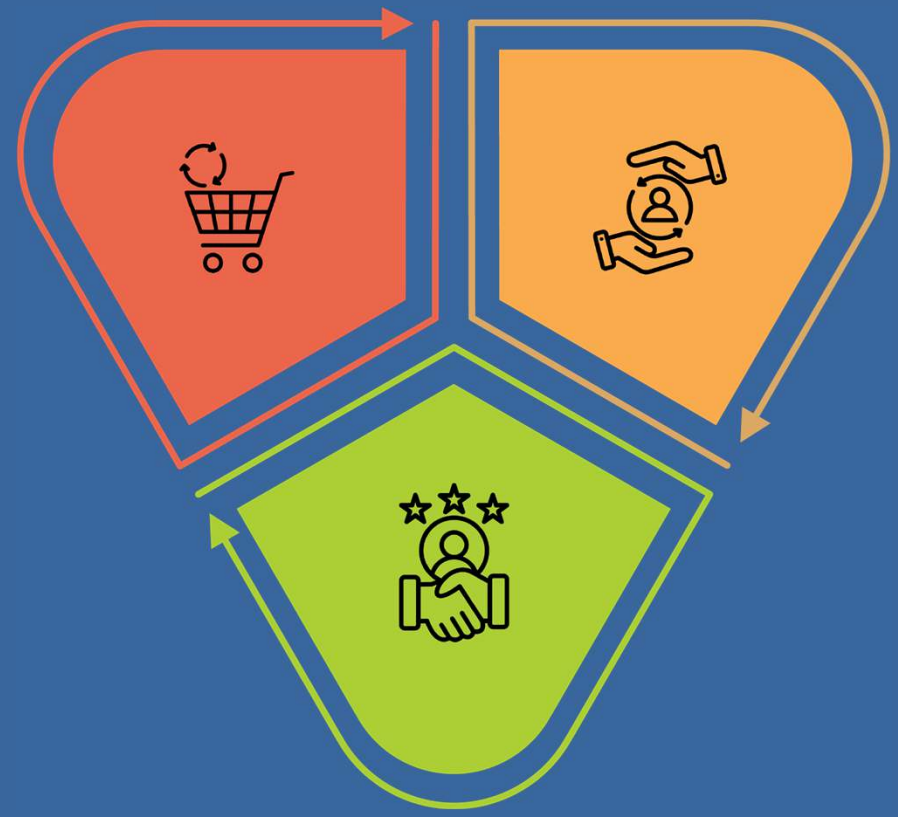
## سوال اول:

چجوری به مشتری بیشتر بفروشم؟

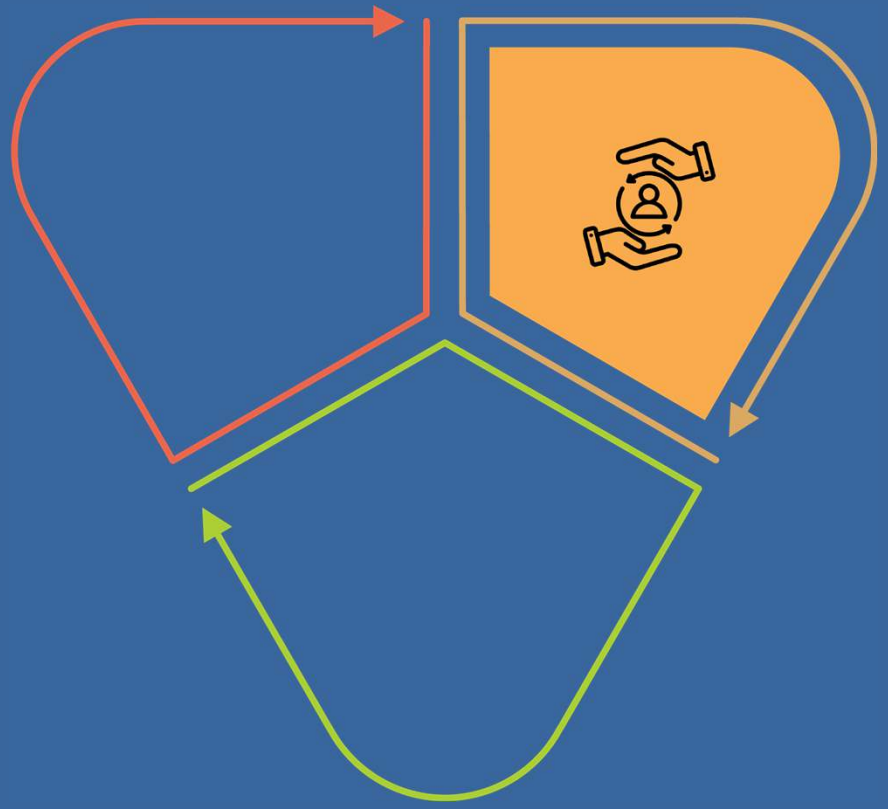




# سه گانه فروش بیشتر



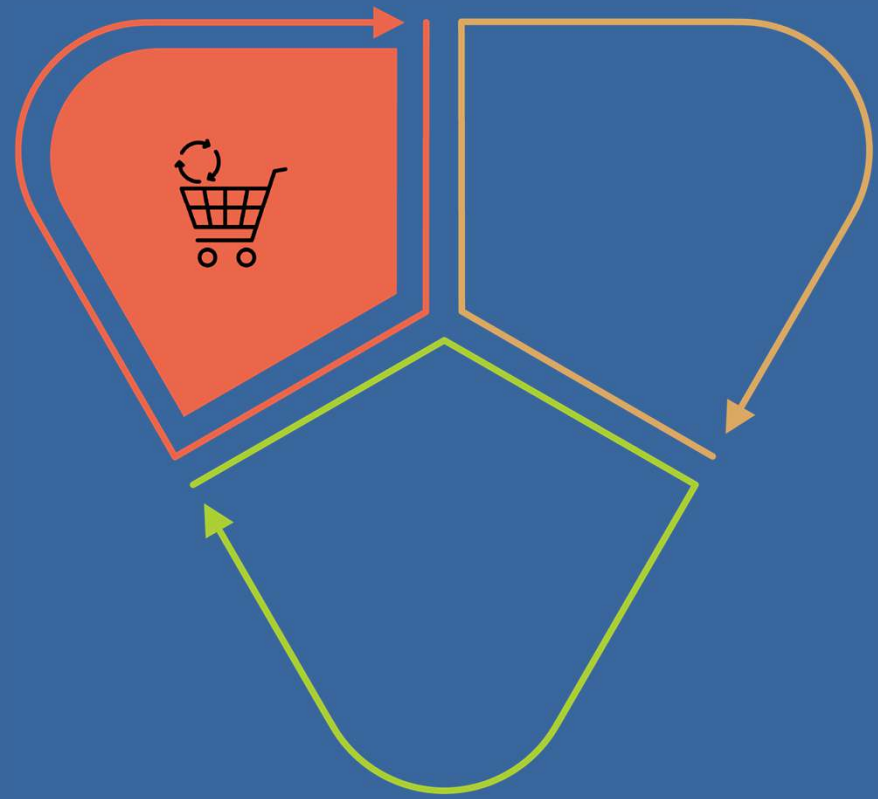
یک سوم اول:  
فروش بیشتر به یک مشتری





# تکرار خرید

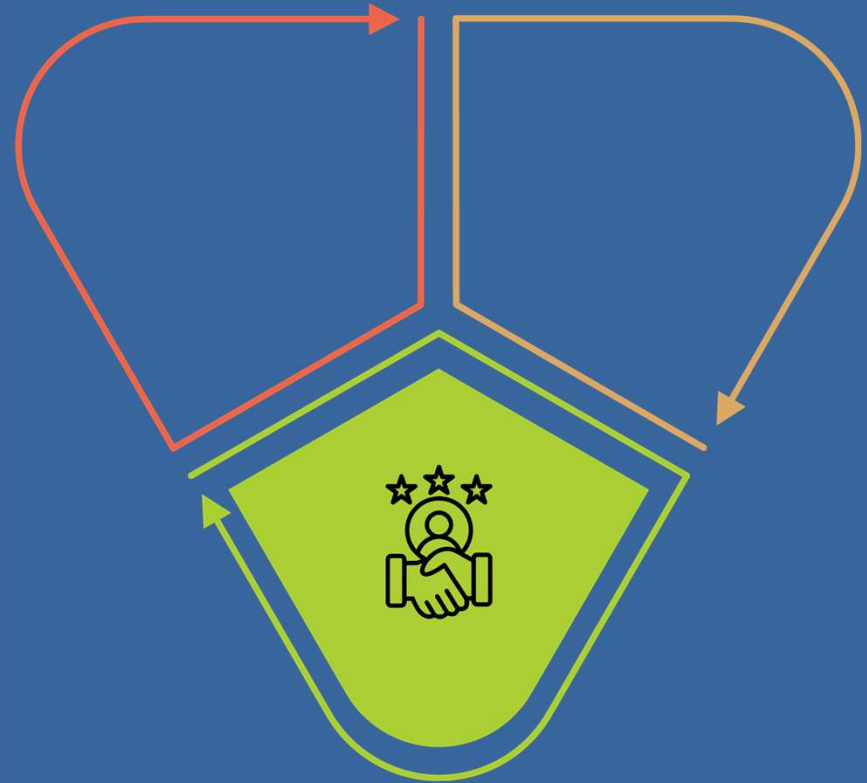
یک سوم دوم:





# وفادارسازی

یک سوم سوم:



## سوال دوم:

بهانه مشتری هام چی هست؟



## چندتا نکته مهم

- بهانه های مشتری تمام شدنی نیست.
- بهانه های تکراری چیا هست؟
- بهانه های اصلی چیا هستن؟
- من بهانه ها رو یادداشت کن و براش پاسخ طراحی کن.
- بعد از هر مذاکره یادداشت کن نکات مثبت و نکات قابل بهبودم چی بود.



## سوال سوم:

چجوری رفع بهانه کنم؟





۲. ابراز خوشحالی



۱. گوش دادن

## گام های پاسخ به اعتراض اصلی:



۴. ارائه پاسخ



۳. جمله کوتاه و  
غیر منتظره





## اعتراضات متداول:



گروانه!



فلانی ارزونتر میگه!



نکته

هرچی در چنته داری  
باید رو کنی

# بوم کار گروهی

نقاط تماس  
در طول خرید

چین خرید

چجوری رفیع  
بهانه کنم؟

بهانه مشتری هام  
چی هست؟

چجوری به مشتری  
بیشتر بفروشم؟

5:00

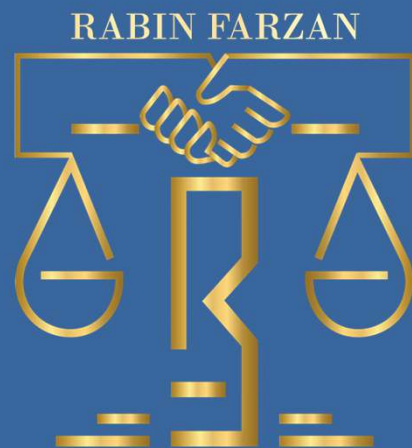


برای دریافت هدیتون همین الان عدد ۱ رو بفرست

۳۰۰۰۳۲۲۴۶۶



# با شرکت رایین فرزان ایساتیس در پیچ و خم های قوانین تنها نیستین



MOLLAHOSEYNI.COACH





سمینار

# پازل فروش موفق

در دنیای فروش، سه سال جلوتر باش

مهرماه ۱۴۰۳



قطعہ سوم  
بعد از خرید



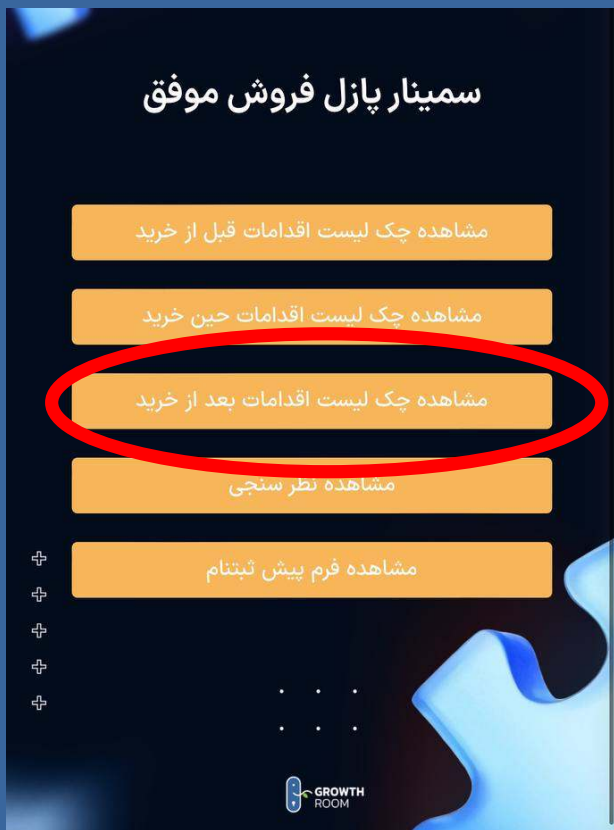


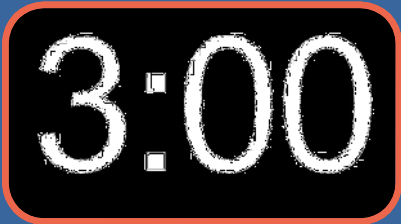


## پشت پازل نکته رو بخون

اینجاست که پشتیبانی، پیگیری  
و حفظ ارتباط با مشتری  
بهرت کمک میکنه تا طول عمر خریدش  
رو بالا ببری و نرخ بازگشت  
هزینه‌های تبلیغات رو افزایش بدی،  
رهاش کنی باختی.

# تکمیل چک لیست اقدامات حین از خرید





فرایند استفاده از گارانتی و خدمات پس از فروش به صورت شفاف در اختیار مشتری قرار می گیرد؟

بله

خیر

به صورت مستمر اقداماتم را اندازه گیری و تحلیل می نمایم؟

بله

خیر

بازخورد مشتریان راضی و ناراضی و منصرف شده را به صورت مستمر جمع آوری می نمایم؟

بله

خیر

به صورت مستمر در حال تحقیق و توسعه محصول و خدماتم هستم؟

بله

خیر

برای محصول یا خدماتم، خدمات پس از فروش طراحی نموده و به گوش مشتری رسانده ام؟

بله

خیر

مشتری را تا تحویل محصول پیگیری می نمایم؟

بله

خیر

مشتری را بعد از ارائه خدمات پیگیری می نمایم؟

بله

خیر

از مشتریان به صورت مستمر نظر سنجی می نمایم؟

بله

خیر

برای محصول و خدماتم گارانتی تعریف نموده و به گوش مشتریان می رسانم؟

بله

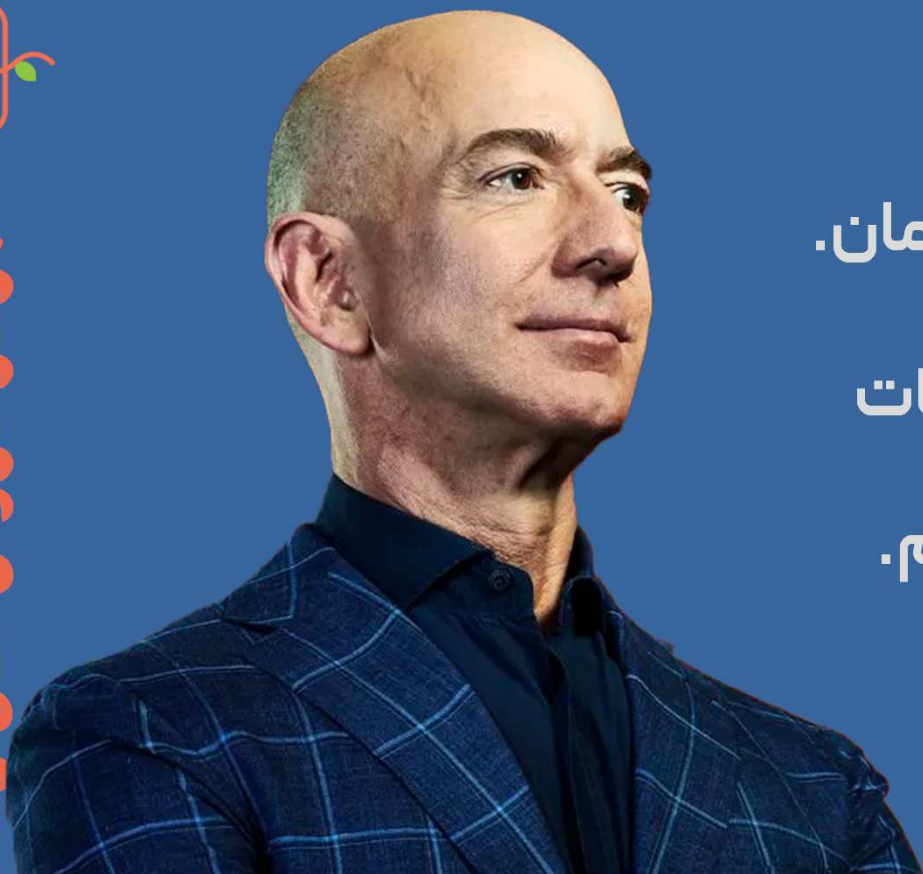
خیر



## این مرحله خیلی مهمه چون:

- هزینه هاتون رو در مسیر به شدت کاهش میده
- در انتخاب تبلیغات موثر بهتون کمک میکنه
- نرخ بازگشت سرمایهتون بیشتر میشه





## جف بزوس:

ما میزبان هستیم و مشتریان مهمان.  
وظیفه‌ی ما این است که تجربیات  
خوشایندی را برای آنها رقم زنیم.



پس دو اقدام مهم رو باید انجام بدیم:

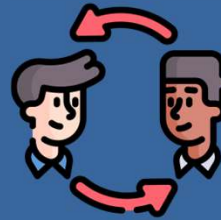
وفادار کردن مشتری

اندازه گیری کردن اقدامات

## الزامات برای موفق شدن در این مرحله:



۱. داشتن اطلاعات درست و ثبت شده از مشتری (CRM)



۲. برقراری تعامل با مشتری



۳. خلق تجربه خوب با مشتری (CEM)

## سوال اول:

چیکار کنم دهان به دهان پیچم؟





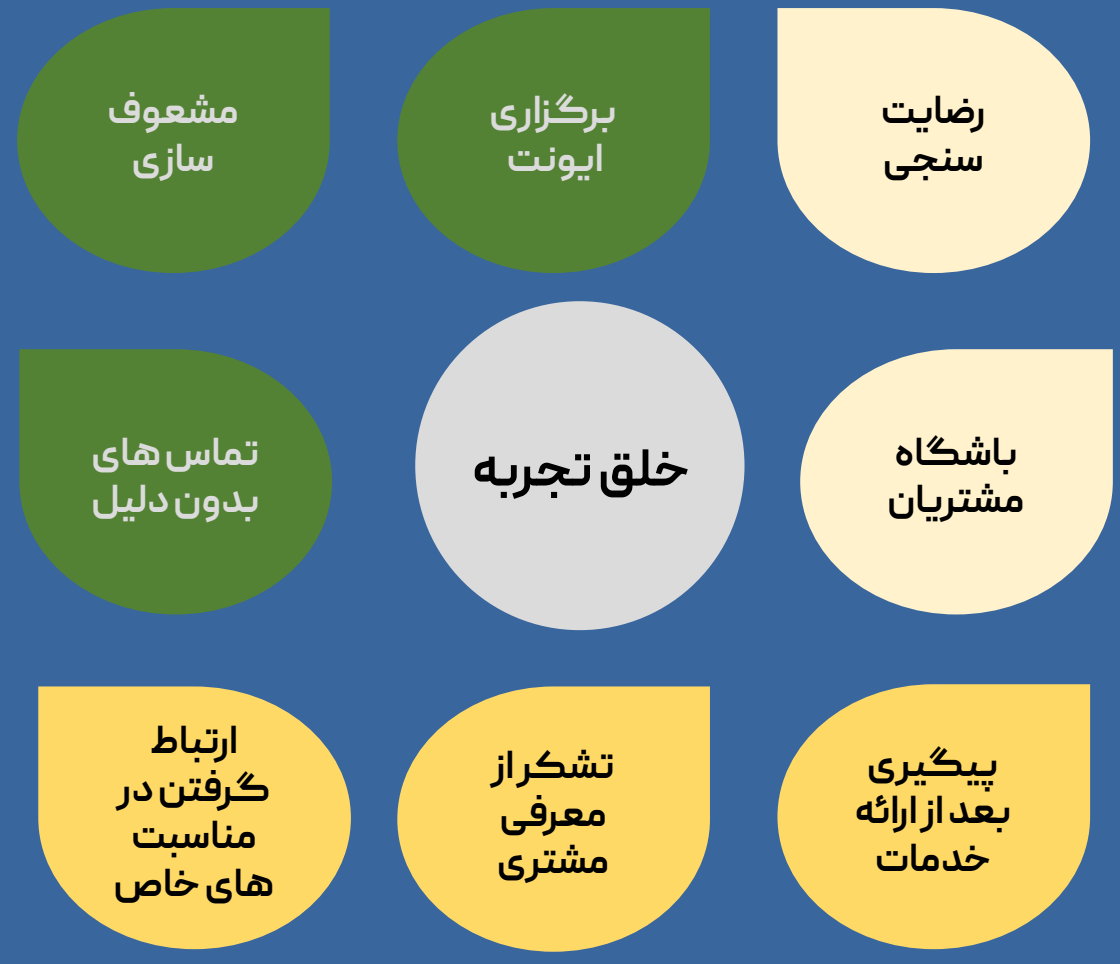


✓ کارهایی انجام بدیم که مشتری انتظار نداره.

✓ یعنی از **اصل غافلگیری** استفاده کنیم چون منجر به حس هیجان در مشتری میشه.



درجه خفن بودن



## چند مثال اصل غافل‌گیری

یک اسانس خوش‌عطر و هر لباس هدیه دهید.

فروشگاه پوشاک

تولد یا مناسبت‌های خاص خانواده و عزیزان مشتریان را بگیرید و در آن روز مناسبت را به مشتری یادآوری کنید.

گل‌فروشی

به جای غذای ولکام یا خوش‌آمدگویی غذایی کوچک با بسته‌بندی جالب برای خداحافظی طراحی کنید.

کافه و رستوران

بعد از جلسه اول، برای فرد چنین پیامی بفرستید: «اگر بدن درد داشتی، این سه تمرین را در منزل انجام بده.»

باشگاه بدن‌سازی



## بهترین کار اینه که تقویم ارتباط با مشتری داشته باشی.

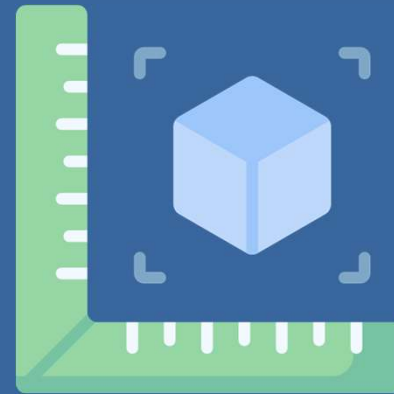
- طوری عمل نکنید که مشتری فکر کنه فقط وقتی میخواین بهش بفروشین بهش زنگ میزنین.
- تقویمی ایجاد کنید و هرکدوم از روزها رو برای موضوعی خاص برای ارتباط در نظر بگیرید.
- مثلاً یک روز فقط بازخورد بگیرید.





## سوال دوم و سوم:

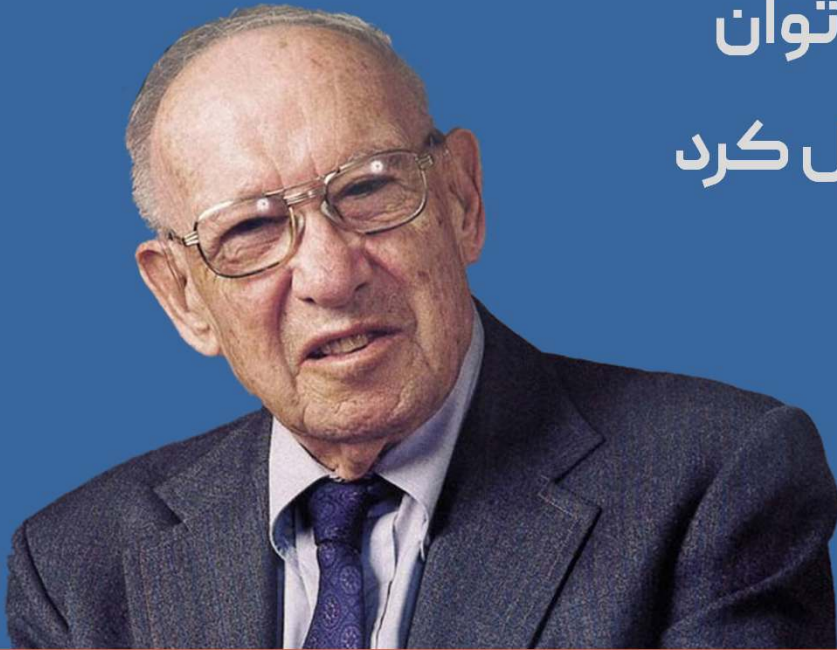
چی رو اندازه بگیرم؟ چجوری اندازه بگیرم؟





## پیتر دراگر:

هرچیز را نتوان اندازه گرفت نمی توان  
کنترل کرد و هرچیز را نتوان کنترل کرد  
نمی توان مدیریت کرد.



# KPI

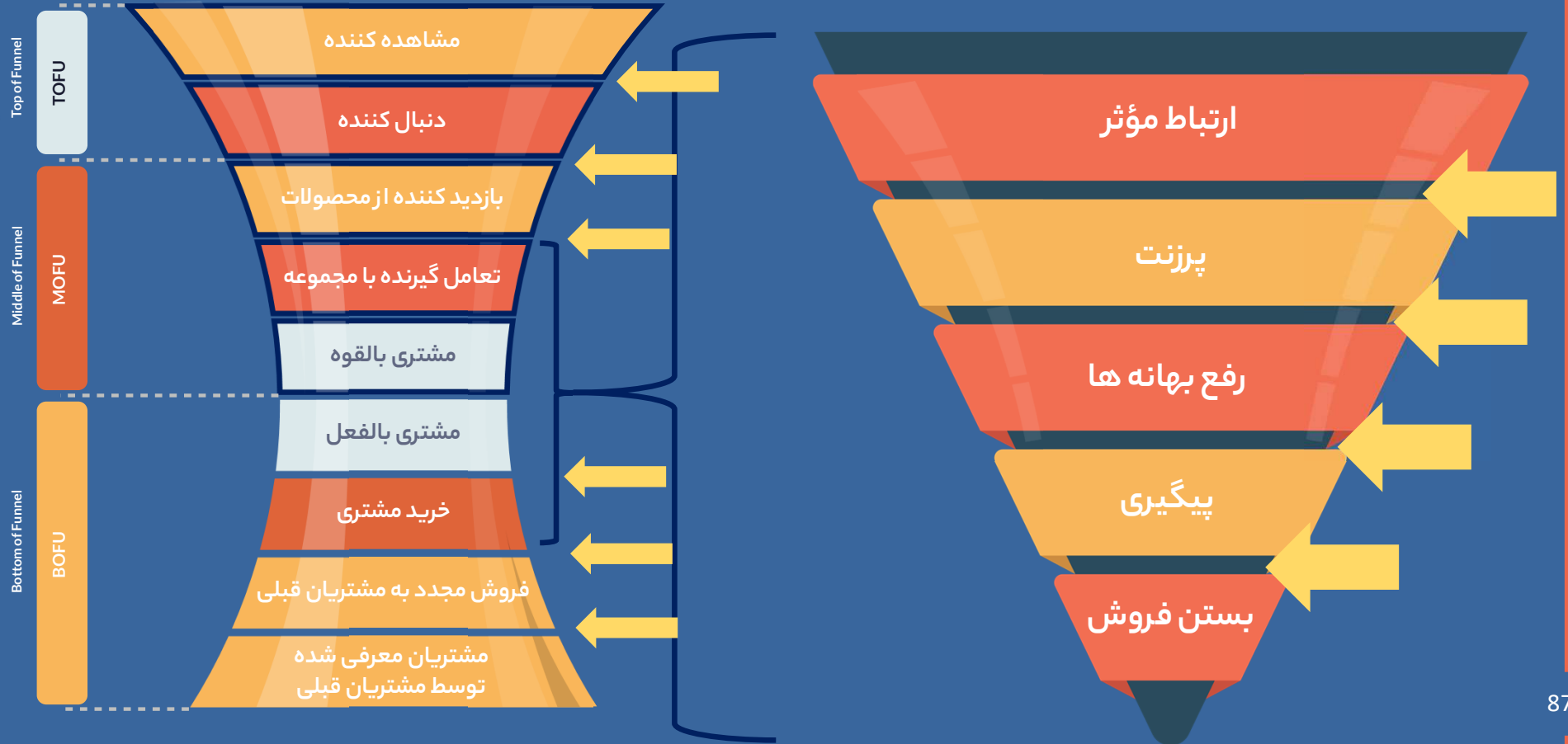
## Key Performance Indicator

شاخص عملکرد کلیدی



یعنی تصمیم‌گیری‌ها و اقدام بر اساس داده‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها صورت گیرد، نه صرفاً بر اساس تجربه، شهود یا حدس و گمان.







## چک لیست اندازه گیری و تحلیل

ردیف	شرح KPI	مقدار مطلوب	مقدار حاصل شده	بازده
۱				
۲				
۳				
۴				
۵				



## پرزنت تلفنی :



- تعداد تماس های روزانه
- تعداد تماس های موفق
- تعداد فروش
- تعداد تماس پیگیری
- تعداد فروش بعد از پیگیری



نکته

مشک آن است

که مشتری در موردش بگوید





# بوم کار گروهی

چجوری اندازه بگیرم؟

چی رو اندازه بگیرم؟

چی کار کنم  
دهان به دهان بیچم؟

5:00

بعد خرید



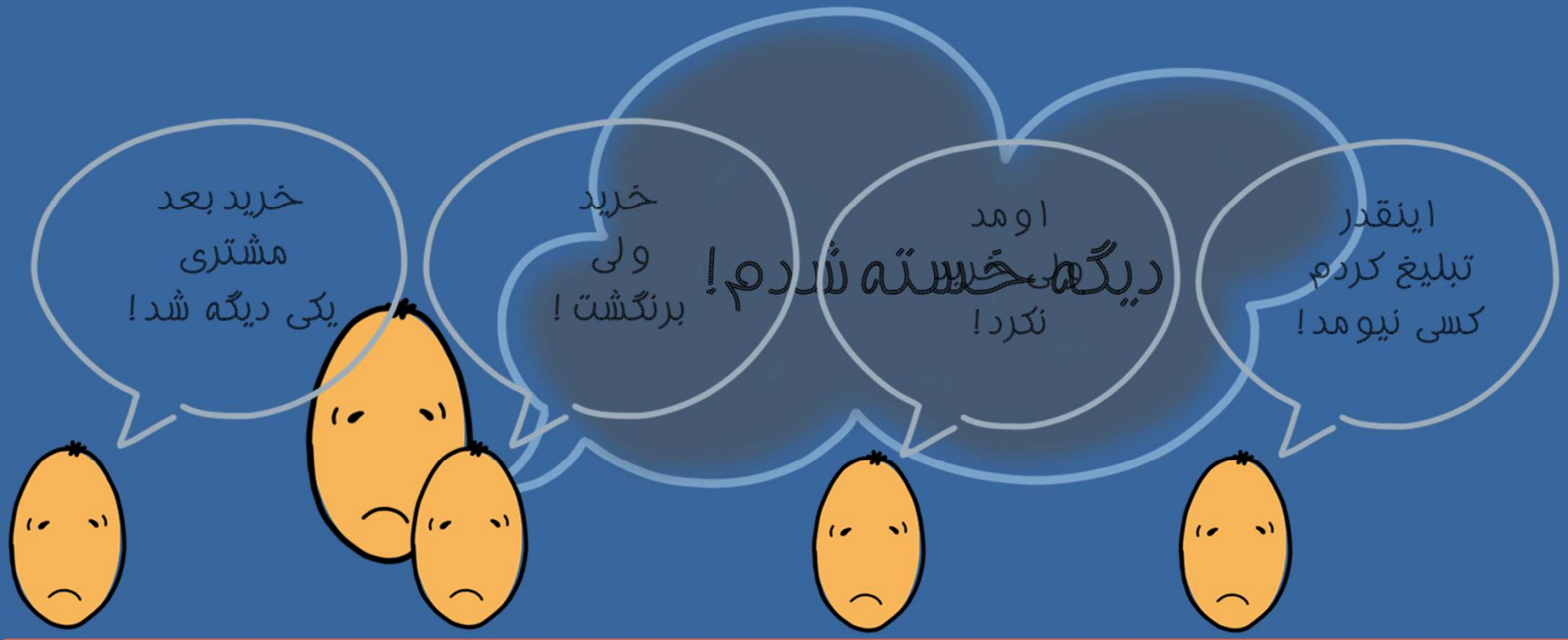


# و اما نکته آخر



اگر همان کاری را انجام دهی  
که همیشه انجام می‌داری  
همانی را به دست خواهی آورد  
که همیشه به دست می‌آوری.

آنتونی رابینز



خرید بعد  
مشتری  
یکی دیگه شد!

خرید  
ولی  
برنگشت!

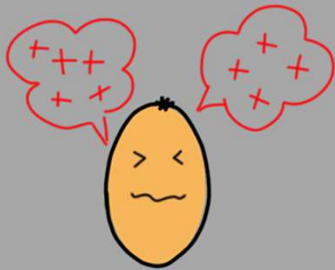
دیگه خسته شدم!  
او مد  
نکرد!

اینقدر  
تبلیغ کردم  
کسی نیومد!





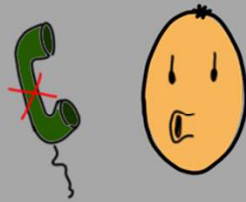
تفکرات منفی



همراه موفقیت



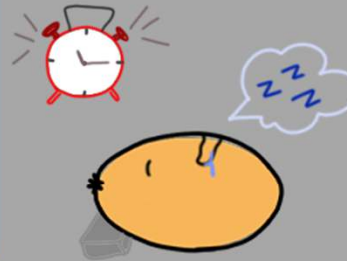
عدم پیگیری



کوچ



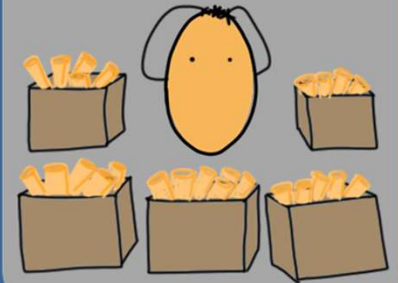
عدم تعهد به اقدام



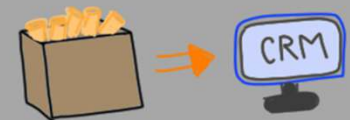
طراحی ورکشیت



تل انباشتگی دیتا



ساده سازی



## سبک پرگزاری دوره TTC

- T : Training      T : Tasck      C : Coach

## مزیت رقابتی

- ضمانت بازگشت وجه ۱۲۰ درصدی
- تخصیص بلوپرینت تخصصی به هر دانش پذیر
- تخصیص کوچ حرفه ای گروهی برای هر ده نفر



دوره طراحی سیستم فروش و بازاریابی

سبک آپ *Sale Time*

120%  
ضمانت  
بازگشت وجه

200%  
افزایش  
میزان فروش



ورک شیت

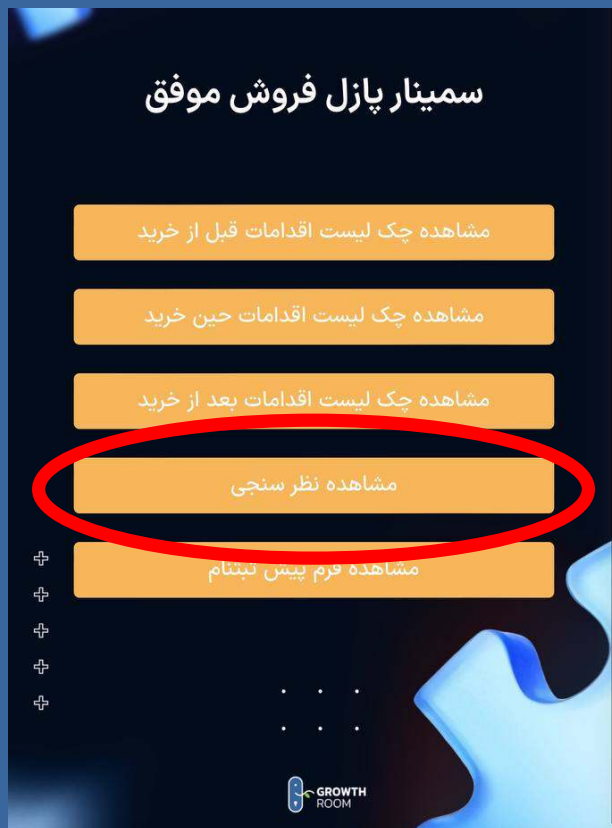


همراهی  
اکشن کوچ

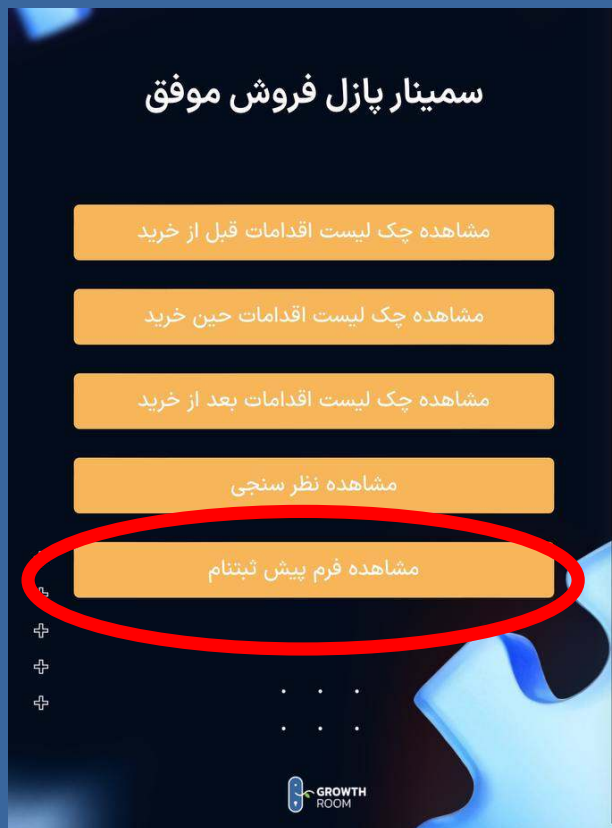


۳ ماه  
دوره آموزشی

# تکمیل چک لیست اقدامات حین از خرید



# تکمیل چک لیست اقدامات حین از خرید



## با ما در ارتباط باشید.



09130500247



mollahoseyni.coach



@mollahoseyni.coach



@GrowthRoomm

