

بنام اچھی نام فرشتہ



انتشارات ادیبان روز

تکنیک‌های روایتگری برای فروش

هنر روایتگری برای جلب اعتماد و افزایش فروش

نویسنده:

فیلیپ هام

مترجمان:

شهلا آقاپور

بهاران کاظم اصلانی

فهرست

۷	مقدمه‌ی مترجمان
۹	تقدیرات
۱۱	مقدمه
۱۷	بخش اول: ساختن هنرمندانه‌ی روایت‌ها
۱۹	فصل ۱: روایتگری چیست؟
۲۵	فصل دوم: ساختار روایت‌ها
۳۵	فصل سوم: قدرت بخشیدن به روایت‌ها
۴۹	فصل چهارم: ساده‌سازی روایت‌ها
۵۵	بخش دوم: یافتن داستان
۵۷	فصل ۵: روایت‌های برقراری ارتباط
۶۳	فصل ۶: روایت‌های تخصصی در هر بخش و صنعت
۶۹	فصل ۷: روایت‌های موفقیت
۷۵	فصل ۸: روایت‌های تمایز
۸۱	فصل ۹: روایت‌های رویارویی
۸۷	فصل ۱۰: نکات اضافی برای کشف داستان‌ها
۹۵	بخش ۳: ایجاد اعتماد به نفس
۹۷	فصل ۱۱: تمرین روایتگری
۱۰۵	فصل ۱۲: بر باورهای محدودکننده‌تان غلبه کنید
۱۱۳	فصل ۱۳: تصویرسازی آینده
۱۱۹	بخش ۴: به زبان آوردن یا روایت داستان‌ها
۱۲۱	فصل ۱۴: روایت‌های خود را مناسب‌سازی کنید
۱۲۷	فصل ۱۵: به قصد درک کردن گوش دهید
۱۳۳	فصل ۱۶: روایت خود را به اشتراک بگذارید
۱۴۱	بخش ۵: اقدام کنید

۱۴۳	فصل ۱۷: تعیین اهداف
۱۴۷	فصل ۱۸: تعریف یک برنامه‌ی عملی
۱۵۳	نتیجه
۱۵۵	درباره‌ی نویسنده

مقدمه‌ی مترجمان

سخن سر به مهر دوست به دوست
حیف باشد به ترجمان گفتن
این حکایت که می‌کند سعدی
بس بخواهند در جهان گفتن
سعدی

به باور بیشتر صاحب نظران، داستان را می‌توان زبان مشترک تمام ملت‌ها و گروه‌های بشری دانست. داستان‌سرایی یا به عبارتی روایت‌گری، از داستان‌های بصری ازجمله نقاشی‌های غار سرچشمه می‌گیرد و سپس به سنت‌های شفاهی منتقل می‌شود که در آن، داستان‌ها از نسلی به نسل دیگر دهان به دهان منتقل می‌شود. سپس تغییری به سمت واژگانی صورت گرفت که به روایت‌ها، ازجمله داستان‌های نوشتاری و چاپی و تاییپی تبدیل شد.

نتایج پژوهش‌های جامعه‌شناختی حاکی از آن است که آنچه باعث شکل‌گیری جوامع بزرگ شده، احتمالاً ظهور داستان‌سرایی بوده است. داستان در تمام اشکال خود روی بشر تأثیرگذار است و این توانایی را دارد که در حافظه‌ی جمعی ملتی باقی بماند و حتی از فرهنگی به فرهنگ دیگر سرایت کند. شاید به جرئت بتوان گفت تنها شیوه‌ای که هرگز تکراری نمی‌شود و مخاطب را تا پایان با خود همراه می‌سازد، قطعاً داستان‌سرایی و روایت آن است. روایت‌گری در فرایند فروش، جلسات خشک و بی‌روح کاری را به روابطی انسانی‌تر ارتقا می‌دهد و حس اعتماد و آرامش را القا کند که به‌خودی‌خود فرایند فروش را

تسهیل خواهد کرد. استفاده‌های متفاوتی از پدیده‌ی داستان و روایتگری می‌شود؛ ولی آنچه در کتاب حاضر اهمیت دارد، استفاده از روایتگری داستان برای فروش است. روایت داستان برای ایجاد حس مشترک بین افراد کارایی زیادی دارد و تقریباً همیشه موفق بوده است. با مطالعه‌ی این کتاب گام به گام آماده می‌شوید برای از بین بردن ترس‌ها درخصوص روایتگری و نیز بیان داستان‌هایی که در طی کار برایتان اتفاق افتاده است. بعد از مطالعه‌ی کتاب حاضر، تمام اتفاقاتی که در طی کار و پروژه‌ها برای شما و مشتریانان می‌افتد، می‌تواند داستانی برای روایت کردن باشد تا شما را یک گام بیشتر به اهدافتان نزدیک کند.

کتاب پیش رو در پنج بخش و هجده فصل تنظیم شده است که در تلاش است به‌طور مختصر درخصوص روایت فروش با مخاطب خود ارتباط برقرار کند. به هر ترتیب، اهمیت داستان به دلیل اشتراک مشتری در بخشی از تجربه‌ی کسب و کار همواره بخش مهمی از دانش مهندسی فروش است و لذا در باب اهمیت داستان، هر آنچه گفته شود، باز هم حق مطلب ادا نخواهد شد. از این رو کتاب حاضر علی‌رغم سادگی قلم نویسنده، برای تمام مخاطبانی که به هر نحوی با موضوع فروش مرتبط هستند، کتاب جالبی به نظر خواهد رسید. امید است با مطالعه‌ی آن به دانش فروش شما افزوده شود. با دادن بازخورد خود به مترجمان کمک کنید نسخه‌های بعدی آن را بهبود دهند. در نهایت از انتشارات ادیبان روز برای نشر این اثر تقدیر می‌شود.

مترجمان، ۱۴۰۳

تقدیرات

«در کتاب روایت‌های فروش، دقیقاً آنچه برای بیان داستان‌های عالی در فروش باید بدانید، فراخواهید گرفت. این کتابی نیست که یک بار آن را بخوانید، بلکه کتابی است که به عنوان راهنما باید همیشه در پَر شالتان باشد تا مدام به آن رجوع کنید!»

«مارک هانتز»، نویسنده‌ی کتاب *مشتری‌یابی با سود بالا*

«توانایی به اشتراک‌گذاری داستان‌های برجسته چیزی است که فروشندگان بزرگ را از بقیه جدا می‌کند. روش روایت‌های فروش در نهایت به ما راهنمای چگونگی فرموله کردن داستان‌های تأثیرگذار برای بهبود ارتباطات انسانی، انتقال ارزش و در نهایت افزایش فروش می‌دهد. صرف نظر از اینکه در چه مرحله‌ای از حرفه‌ی خود هستید، ارزشی را در این کتاب منحصربه‌فرد و بینش‌آفرین و روشن‌گر خواهید یافت.»

«براندن کوته»، معاون فروش و محصول استون مارتین

«چیزی که من درخصوص کتاب فیلیپ دوست دارم، افزودن 'داستان' و 'فروش' به یکدیگر است که به نظر من او این کار را بسیار تاکتیکی و عملی انجام می‌دهد. این کتاب نه تنها به شما می‌گوید که چرا داستان‌ها عالی هستند، بلکه شما را آماده می‌کند تا از قدرتمندترین ابزار تأثیرگذاری خود استفاده کنید.»

«کریگ ورتمن»، بنیان‌گذار مؤسسه‌ی فروش کلوک

«این کتاب یک راه حل منحصربه‌فرد است که باعث ارتقای سطح بازی فروش و موفقیت کارآفرینی شما می‌شود. این کتاب با ساختار ساده، مثال‌های مرتبط و نکات

کاربردی، به شما کمک می‌کند تا از قدرت روایتگری برای ارتباط با مشتریان و به‌ثمررساندن معاملات بیشتر استفاده کنید.»

«لئون میشکیس»، مدیر عملیاتی (COO)، نیوتن ایکس

«روش روایتگری برای هر نوع فروشی ضروری است. این کتاب ماهیت روایتگری را به تصویر می‌کشد و به شما نشان می‌دهد که چگونه از داستان‌ها برای بهبود روابطتان استفاده کنید و خود را از رقبا متمایز سازید. اگر آنچه را از این کتاب آموخته‌اید، به کار بگیرید، مطمئناً بر موفقیت فروش شما تأثیر خواهد گذاشت.»

«جینا تلفورد»، مدیر فروش مجموعه‌ی Novartis

«شروع هر نوع جلسه‌ای با داستانی قدرتمند یک راه عالی برای ایجاد روابط قوی است. روش روایت فروش منبعی عالی برای تسلط بر هنر روایتگری در کسب‌وکار و زندگی است. راهنمای گام‌به‌گام آسان، پر از مثال‌ها و نکات کاربردی، کتابی که هر مدیری باید بخواند و تیمش را وادار به خواندن آن کند!»

«لوسی مایل سنت پیر»، معاون موفقیت مشتری،^۱ Salesforce

«از روش‌های کلیشه‌ای برای فروش خسته شده‌اید؟ با مطالعه‌ی کتاب خلق روایت فروش برای رویکردی جدید آماده شوید! این کتاب مملو از نکات کاربردی، مثال‌های واقعی و تمرین‌های قدرتمند برای روایت داستان‌هایی است که فروش در پی دارند.»

«لی بی سالز»، نویسنده‌ی کتاب *فروش متفاوت!*

۱. Customer Success: موفقیت مشتری فرایند پیش‌بینی چالش‌ها یا سؤالات مشتری و ارائه‌ی فعالانه‌ی راه‌حل و پاسخ به این مسائل قبل از بروز آن‌هاست. موفقیت مشتری به شما کمک می‌کند شادی و رضایت مشتری را افزایش دهید و درآمد خود و وفاداری مشتری را تضمین کنید.

مقدمه

”

«در ضمیر ما یک روایتگر وجود دارد که منتظر است از بند رها شود.»

«رابین مور»، نویسنده‌ی کتاب *کماندوهای سبزیپوش*

خاطر من است دسامبر ۲۰۲۱ بود و در آمستردام در دفتر کارم نشسته بودم که از یک شماره‌ناشناس با من تماس گرفتند. معمولاً این تماس‌ها را پاسخ نمی‌دهم؛ ولی به دلایلی این تماس را پاسخ دادم. صدایی از پشت خط شنیده می‌شد: «سلام فیلیپ، من لورا هستم. چند ماه پیش در برنامه‌ی 'روایت‌های فروش' شما شرکت کرده بودم. متأسفم اگر وقتتان را می‌گیرم، از شدت هیجان با شما تماس گرفتم.» او ادامه داد: «باور نمی‌کنید چه اتفاقی افتاده است! مدیرم پیش من آمده و از من سؤال کرده: 'لورا! تو که به مشتریان رشوه نمی‌دهی؟! به او گفتیم: 'امیدوارم که برای دادن مشاوره‌ی حقوقی اینجا نیامده باشی. مطمئن باش من به کسی رشوه نمی‌دهم.' این تغییر به وضوح جلب توجه می‌کند؛ چراکه من در طی سال گذشته از بدترین آمار فروش را در کل واحد فروش داشتم و هر لحظه خود را در معرض اخراج شدن می‌دیدم. در صورتی که امسال از سهم فروش خودم، ۷۳ درصد بیشتر فروش داشته‌ام و حتی رئیس مرا در فهرست گیرندگان ترفیع قرار داده است.»

گفتم: «خیلی از این بابت خوشحالم لورا! می‌خواهم بدانم چه اتفاقی باعث این پیشرفت شده است؟» گفت: «من پس از برنامه‌ی شما، متعهد شدم که در هر جلسه‌ی فروش از یک داستان کوچک استفاده کنم. هیچ مسئله‌ی خارق‌العاده‌ای وجود ندارد؛ اما این روش کارایی زیادی دارد. به معنای واقعی کلمه می‌توانم ببینم که مقاومت

مشتری‌هایم به محض شنیدن داستانم شکسته می‌شود. می‌دانستم که داستان‌ها قدرت دارند ولی نه تا این اندازه. خواستم از شما صمیمانه تشکر کنم.»

این از همان لحظاتی است که من برایشان زندگی می‌کنم و صبح‌ها به اشتیاق این لحظات از رختخوابم بیرون می‌آیم. لورا یکی از صدها نفری است که از طریق روایت فروش نتیجه‌ای عالی به دست آورده است. شما نیز می‌توانید همین کار را انجام دهید. در پایان این کتاب درخواهید یافت که چگونه از روایتگری برای دستاوردهای زیر استفاده کنید:

- تأثیرات معجزه‌آسایی در برداشت اولیه^۱ مخاطبان ایجاد کنید.
- مشاور مورد اعتماد و درجه‌اول مشتریان خود باشید.
- درباره‌ی ارزشی که پیشنهاد می‌دهید و مزیت‌های آن مذاکره کنید.
- بر هرگونه معارضه‌ای در برابر فروش غلبه کنید.
- الهام‌بخش باشید و در اطرافیان‌تان ایجاد انگیزه کنید و تأثیر مثبت به جای بگذارید.

در کتاب روش‌های روایتگری برای فروش، روش‌هایی را پیدا خواهید کرد که در پروژه‌هایم با شرکت‌ها و سازمان‌های پیشرو از جمله، گوگل، ویزا،^۲ آی.آن،^۳ اوراکل،^۴ ایکو،^۵

۱. first impressions: تصویر ذهنی و برداشتی است که یک فرد در اولین مواجهه با فرد دیگر درباره‌ی او پیدا می‌کند. دقت این تأثیر به شخص ناظر و همین‌طور به فرد، شیء یا صحنه‌ی مقابل بستگی دارد.

۲. Visa Inc: یک شرکت خدمات کارت پرداخت چند ملیتی و آمریکایی است که دفتر مرکزی آن در سن فرانسیسکو، کالیفرنیا قرار دارد. این شرکت انتقال وجوه الکترونیکی را در سراسر جهان تسهیل می‌کند، معمولاً از طریق کارت‌های اعتباری با مازک ویزا و کارت‌های نقدی و کارت‌های پیش‌پرداخت. ویزا از شرکت‌های بسیار باارزش جهان است.

۳. E.ON: یک شرکت انرژی بین‌المللی است که بر شبکه‌های هوشمند و راه‌حل‌های مشتری برای هدایت انتقال انرژی در اروپا متمرکز است.

۴. Oracle Corporation: یک شرکت آمریکایی چندملیتی فناوری رایانه است که دفتر مرکزی آن در آستین، تگزاس قرار دارد. در سال ۲۰۲۰، اوراکل سومین شرکت بزرگ نرم‌افزاری در جهان از نظر درآمد و ارزش بازار بود. در سال ۲۰۲۳، جایگاه این شرکت در فوربس جهانی ۲۰۰۰، هشتاد بود.

۵. ECCO Sko A/S: یک تولیدکننده‌ی کفش و لوازم چرمی دانمارکی است که در سال ۱۹۶۳ توسط کارل توسبوی در دانمارک تأسیس شد.

نووم^۱ و بین اند کمپانی^۲ استفاده کرده‌ام. برای گسترش این روش‌ها، با ۷۱ نفر از مدیران فروش و فروشنده‌های طراز اول درخصوص نوع داستان‌هایی که روایت می‌کنند، روش استفاده از داستان و اینکه چه چیزی باعث به وجود آمدن یک داستان خوب می‌شود، گفت‌وگو کرده‌ام. بسیار خوش‌شانس بوده‌ام که توانسته‌ام با کارشناسان فروشی از جمله مایک واینبرگ، نویسنده‌ی کتاب فروش جدید، آنتونی یانارینو، نویسنده‌ی کتاب روش‌های فروش نخبگان و براندن کوه، معاون فروش محصولات استون مارتین گفت‌وگو کنم. روش‌هایی که قرار است در این کتاب بیاموزید، زندگی و کار مرا به معنای واقعی تغییر داده‌اند و هزاران نفر از مشتریان مرا به فروشنده‌گانی تبدیل کرده‌اند که از داستان‌های کاریزماتیک در روند کار خود استفاده می‌کنند. آیا می‌خواهید به فروشنده‌ای تبدیل شوید که از طریق مهارت روایتگری زندگی خود را تغییر دهید؟



نگاره‌ی ۱: روش‌های روایتگری برای فروش

روش آموزش در این کتاب به صورت تضمینی به شما کمک می‌کند تا از یک روایتگر مبتدی به یک روایتگر حرفه‌ای تبدیل شوید. این کتاب روی پنج حوزه‌ی اصلی تمرکز می‌کند تا مهارت‌های روایتگری‌تان را متحول کند.

۱. Noom: یک برنامه‌ی مبتنی بر اشتراک برای ردیابی میزان مصرف غذا و عادات ورزشی افراد است. این شرکت به دلیل تأکید بر تغییر رفتار و سلامت روانی شهرت دارد.

۲. Bain & Company: یک شرکت مشاوره‌ی مدیریتی آمریکایی است که دفتر مرکزی آن در بوستون، ماساچوست است. این شرکت به سازمان‌های دولتی و خصوصی و غیرانتفاعی مشاوره می‌دهد.

۱. ساخت هنرمندانه‌ی روایت‌ها: بیاموزید که چگونه در هر لحظه، حتی خسته‌کننده‌ترین روایت‌ها را به داستانی جذاب تبدیل کنید.

۲. کشف روایت‌ها: پنج نوع روایت که بیشترین تأثیر را در فروش داشته‌اند، پیدا کنید.

۳. اعتماد به نفس داشتن: راه‌های به اشتراک گذاشتن داستان‌هایتان را با اطمینان و اعتماد به خود پیدا کنید.

۴. روایت داستان: روش‌های مناسب و واقعی به اشتراک گذاشتن داستان‌هایتان را در مکالمات خود پیدا کنید.

۵. اقدام: برای متحول کردن مهارت‌های روایتگری خود، روش‌های شفافی را پیدا کنید. توصیه می‌کنم این کتاب را به صورت کامل مطالعه کنید و تمرین‌های موجود در پایان هر فصل را انجام دهید. با وجود این اگر مطالبی در این کتاب برایتان آشنا بود، به راحتی از آن صرف نظر کنید. این کتاب بر موضوع روایتگری به صورت مجازی و حضوری و تلفنی تمرکز دارد. روش‌های روایتگری برای تمام داستان‌ها مشابه است؛ ولی ما روی روایتگری مکتوب تمرکز نخواهیم کرد؛ زیرا من تابه حال ندیده‌ام کسی بتواند از طریق روایت‌های نوشته شده در یک ایمیل، قراردادی ببندد یا ارتباطش را با مشتریان تغییر دهد. در بحث فروش، داستان‌ها زمانی که به صورت شفاهی روایت می‌شوند، بیشترین تأثیر را می‌گذارند. این کتاب برای کسانی مفید است که می‌خواهند در فروش، ارائه‌ی خدمات یا ایده، مؤثرتر باشند، مثلاً:

- کارشناسان فروش و خدمات پس از فروش؛
 - کارآفرینان؛
 - مشاوران؛
 - هرکسی که به دنبال پشتیبانی مشتریان داخلی است.
- حتی اگر به صورت مستقیم در قسمت فروش فعالیت نمی‌کنید، این را بدانید که همه‌ی ما باید خود یا ایده‌هایمان را به عنوان بخشی از شغل خود به فروش برسانیم. برای

مثال لازم است از بخش دیگری تأییدیه بگیریم، از همکارمان اطلاعاتی را درخواست کنیم و یا در گروه خود انگیزه به وجود آوریم. روایتگری ابزاری قدرتمند و مؤثر برای ارائه‌ی ایده‌های شما به‌منظور به‌دست‌آوردن مشتریان بیشتر است. خریداران محصول یا خدمات شما ممکن است مشتری خارجی (خارج از سازمان) نباشد که باید پیشنهادتان را بپذیرد؛ بلکه ممکن است خریدار داخلی باشد که زمان و اطلاعاتش را روی ایده‌های شما سرمایه‌گذاری می‌کند.

زمانی که در روایتگری مسلط شوید، می‌توانید روابط قابل اعتماد بیشتری ایجاد کنید، مطرح شوید و فروش خود را افزایش دهید. داشتن این مهارت بسیار ارزشمند و فوق‌العاده است. روایتگری مهارتی است که هرکسی می‌تواند آن را بیاموزد. با توجه به اینکه مربی هزاران نفر بوده‌ام، با قاطعیت می‌گویم همه می‌توانند در روایتگری، مهارت کسب کنند. شما توانایی روایت داستان‌های شگفت‌انگیز را دارید. با استفاده از روش‌های مناسب و به‌روزکردن طرز فکر و انجام تمرین می‌توانید به روایتگری فوق‌العاده تبدیل شوید. آماده‌اید؟ پس شروع می‌کنیم!