

این کتاب به موضوع میزان و اثرگذاری فروش به کمک تغییر استراتژی و روش‌های آن پرداخته و در مورد فروش تطبیق یافته و موفقیت‌آمیز است. این کتاب برای افراد خودمحور، مدیران و شرکت‌های متمرکز بر فروش بیشتر بیمه نیست، بلکه برای قهرمانان صنعت بیمه است.

این کتاب شامل ۱۶ فصل می‌باشد. در فصل اول طرز فکر تأمین و حمایت توضیح داده شده است. در فصل دوم مشکلات فروش و ارزش در مقابل محصولات، قیمت و مزایا شرح داده شده است. فصل سوم به اصل پ.م.ت.م می‌پردازد. در فصل چهارم پذیرش مشکل - چگونه نگرانی را برانگیزیم؟ توضیح داده شده است. در فصل پنجم توقع منفعت-چگونه ارزش را ترویج دهیم؟ شرح داده شده است. در فصل ششم درک و اتخاذ روش فروش ROI توضیح داده شده است. فصل هفتم به تمرکز بر نتیجه می‌پردازد. در فصل هشتم داشتن دلیل معتبر و ارزشمند شرح داده شده است. در فصل نهم ایجاد سازگاری و ارزش توضیح داده شده است. در فصل دهم کاوش کردن و گوش دادن شرح داده شده است. فصل یازدهم به کسب اجازه می‌پردازد. در فصل دوازدهم ارائه راه حل‌های پیشنهادی توضیح داده شده است. در فصل سیزدهم درخواست برای تصمیم‌گیری شرح داده شده است. فصل چهاردهم به رسیدگی به شکایات می‌پردازد. در فصل پانزدهم گام‌های بعدی توضیح داده شده است. در فصل شانزدهم آیا شما متعهد به حمایت و تأمین هستید؟ شرح داده شده است. این کتاب در ۲۵۴ صفحه به رشته تحریر در آمده است.



نویسنده:

دین مانیکس

مترجم:

کیمیا باقری

ناشر:

پژوهشکده بیمه

سال نشر:

۱۴۰۲

شابک:

۹۷۸۶۲۲۶۸۱۴۸۲۹