

یکصد نکته کاربردی در بازاریابی و فروش



نویسنده: محمد مهدی کشمیری زاده

پائیز ۱۳۹۴

نکات اولیہ



نکته ۱: در مورد رقیبان خود به بررسی و مطالعه بپردازید شاید با این کار برخی از ایده های آنها را نسخه برداری کنید و با تلفیق ایده های خود و آنها روشهای مناسبی را برای بازاریابی بیابید .

نکته ۲: اینترنت باید در استراتژی بازاریابی گنجانده شود. به دلیل هزینه های پائین تر ، خدمات بهتر و دامنه حضور به صورت جهانی.

نکته ۳: بازاریابی مویرگی شامل توزیع مویرگی رساندن محصولات تا آخرین فروشنده است.

نکته ۴: روش بازاریابی ویروسی یک استراتژی بازاریابی است که مردم را به بازگو کردن پیام بازاریابی شما به دیگران، بر می انگیزد. یک نفر به دونفر می گوید ، آندو به چهار نفر می گویند، آن چهار نفر به هشت نفر می گویند و ...

نکته ۵: در تبلیغات خود مدرک و گواه ارائه کنید.

نکته ۶: تا می توانید لغت "شما" را در آگهی های تبلیغاتی به کار ببرید. بدانید که خواننده هر آگهی مشتاق است که بداند برای او چه نوشته اند. مراقب باشید که تکرار بیش از حد کلمه "ما" در آگهی های تبلیغاتی چندان مناسب نیست. مشتری بایستی کانون توجه باشد.

نکته ۷: منحنی عمر محصول چهار مرحله دارد: ۱- معرفی ۲- رشد ۳- بلوغ و اشباع ۴- افول

✓ در مرحله رشد هدف از تبلیغات آگاه کردن مشتری از محصول و ترغیب و تشویق است.

✓ در مرحله رشد هدف از تبلیغات ، متقاعد کردن مشتری است.

✓ در مرحله بلوغ تبلیغات از وع یادآوری کننده و با هدف حفظ وفاداری مشتری است.

✓ در مرحله افول تبلیغات را بایستی کاهش داد.

نکته ۸: روش ABC: یک روش فروش است که ابتدا توجه مشتری را جلب می کنند(Attention)، سپس مزیت محصول را به وی معرفی می کنند(Benefit) و در نهایت قرارداد بسته می شود(Close)

نکته ۹: مشتریانی که شکایتی دارند و نسبت به شکایت آنها رسیدگی شده وفادار تر هستند.

نکته ۱۰: مدل چهار بخشی جهت رسیدگی به اعتراض مشتریان:

۱-۱- تصدیق شکایت: در بخش هایی که مطمئن هستید حق با مشتری است و اعتراض او وارد است ،شکایات مشتری را تصدیق کنید و به او ثابت کنید که به نظراتش احترام می گذارید.

۱-۲- پرسیدن سؤال از مشتری معترض: فروشنده بایستی از مشتری معترض سؤالاتی بپرسد تا مطمئن شود دقیقاً در چه بخش و یا بخش هایی اعتراض وارد است و مشکل وجود دارد.

۱-۳- ارائه پاسخ مناسب به مشتری معترض: در این مرحله بایستی پاسخ مناسب و منطقی به مشتری معترض ارائه نمود به نحویکه با دغدغه ی مشتری هماهنگ باشد.

۱-۴- دریافت بازخور از مشتری معترض: پس از اینکه پاسخ منطقی و مناسب به مشتری معترض ارائه شد ، بایستی بررسی شود که آیا پاسخ شما برای او قانع کننده بوده است یا خیر؟ در صورتیکه قانع کننده نبوده است ، سعی کنید توضیحات منطقی بیشتری به مشتری ارائه نمایید.

نکته ۱۱: - برخی از روش های اصلی قیمت گذاری محصولات:

۱۱-۱- قیمت گذاری پرستیژی: برای ایجاد ذهنیت مثبت مشتری نسبت به کیفیت .

۱۱-۲- قیمت گذاری با اعداد خرده: برای ایجاد تاثیر روانی بر مشتری از اعداد اعشای یا خرده به جای عدد کامل استفاده می شود.

۱۱-۳- قیمت گذاری ارزشی: قیمت بر اساس ارزشی که مشتری برای محصولات شرکت نسبت به رقباء قائل است، تعیین می شود.

نکته ۱۲: موارد موثر بر فروش محصولات:

۱۲-۱- تهیه کاتالوگ- کارت ویزیت-بندر- استند و پوستر و بروشور(تبلیغات غیر شخصی)

۲-۱۲- برگزاری مسابقات-برنامه های تفریحی-تخفیف های تجاری-قرعه کشی (پیشبرد فروش)

۳-۱۲- حضور در نمایشگاه های مرتبط-ملاقات های فروش و نمایش حضوری محصول(فروشنده شخصی)

۴-۱۲- انجام امور خیریه و اجتماعی - حضور در سمینارها و سخنرانی ها و انتشارات(روابط عمومی)

نکته ۱۳: قبل از ایجاد و توسعه محصول، بازار آن را پیدا نمایید.

نکته ۱۴: در ابتدای راه اندازی کسب و کار ، سعی نکنید با شرکت های بزرگ و اصلی در صنعت خود رقابت کنید.

نکته ۱۵: در خصوص شرکت ، پرسنل فروش خود و محصولاتی که به مشتریانان فروخته اید ، نظر خواهی نمایید.

نکته ۱۶: نسبت به تهیه یک بانک اطلاعاتی جامع از مشتریان خود اقدام نمایید.

نکته ۱۷: به انجمن یا سازمان های مرتبط با حرفه تان ملحق شوید.

نکته ۱۸: یک شماره تلفن راحت و بیاد ماندنی و رند برای دفتر فروش خود بگیرید.

نکته ۱۹: به مشتریان خود هدایای تبلیغاتی نظیر خودکار، پدماوس ، جاکلیدی و ... بدهید.(هدیه بایستی متناسب با نوع محصول و قیمت آن باشد)

نکته ۲۰: حتی در ایام تعطیل گروهی را جهت ارائه خدمات به مشتریان اختصاص دهید.

نکات بازاریابی و فروش الکترونیکی



نکته ۲۱: سایت و یا وبلاگی را در خصوص شرکت و یا کسب و کار خود راه اندازی کنید.

نکته ۲۲: امکان خرید محصول توسط کارتهای اعتباری را در سایت خود قرار دهید.

نکته ۲۳: در سایت خود تصاویر مربوط به مجوزات، گواهینامه های دریافتی و تقدیرنامه هایتان را قرار دهید.

نکته ۲۴: در سایت خود بخش عضویت را نیز قرار دهید.

نکته ۲۵: تصاویری از شرکت، پرسنل کلیدی و محصولات خود را روی وب سایتتان قرار دهید.

نکته ۲۶: فرم نظرسنجی از مشتریان را در وب سایت خود قرار دهید.

نکته ۲۷: مقالات و کتب الکترونیکی مرتبط با حرفه تان را در وب سایت شرکت قرار دهید.

نکته ۲۸: به دنبال مبادله لینک باشید.

نکته ۲۹: نشانی وب سایت شرکت را روی دفترچه راهنمای تمامی محصولات، سربرگ نامه ها و کارت ویزیت، بروشور و بنرهای خود قید نمائید.

نکته ۳۰: پست الکترونیکی و شماره تماس همراه مشتریان خود را گردآوری کنید و به مناسبت های مختلف پیام هایی را برای آنان ارسال نمائید.

نکته ۳۱: از وب سایت های تبلیغاتی رایگان نظیر نیازکاو (www.niazkav.com)، دیجی آگهی (www.digiagahi.com)، هفتاد ده (www.7010.ir) جهت معرفی شرکت و محصولات خود استفاده نمائید.

نکته ۳۲: وب سایت های مشتریان هدف خود را شناسایی کرده و نسبت به معرفی شرکت و محصولات خود از طریق ارسال ایمیل و پیام در بخش نظرات وب سایت آنان اقدام نمائید.

نکته ۳۳: به شبکه های اجتماعی جهت بازاریابی و تبلیغات محصولات خود بپیوندید.

نکته ۳۴: در صورتیکه فروش اینترنتی دارید، نسبت به دریافت نماد اعتماد الکترونیکی اقدام نمائید. (www.enamad.ir)

نکته ۳۵: وب سایت خود را در فاصله های زمانی کوتاه به روز نگه دارید.

نکته ۳۶: رنگ وب سایت خود را همانند رنگ کارت ویزیت، بروشور و بنر خود، رنگ سازمانیتان انتخاب نمائید.

نکته ۳۷: به ایمیل های دریافتی در اسرع وقت پاسخ دهید.

نکته ۳۸: نسبت به تهیه و انتشار خبرنامه اینترنتی مرتبط با حوزه کاریتان اقدام نمائید.

نکته ۳۹: اگر تبلیغ متنی در وب سایت ها می خواهید بدهید، سعی کنید بهترین عنوان را برای تبلیغ خود انتخاب کنید. انتخاب عنوان مناسب برای تبلیغات یک هنر است.

نکته ۴۰: اگر تبلیغ بنری در وب سایت ها می خواهید داشته باشد سعی کنید بنر شما طراحی مناسبی داشته باشد و باعث شود مشاهده کننده روی آن کلیک کند.

نکته ۴۱: با استفاده از ویدئو های آنلاین می توانید محصولات و خدمات خود را به سراسر جهان معرفی کرده و به معرض نمایش بگذارید.

نکات بازاریابی و فروش حضوری



نکته ۴۱: قبل از انجام ملاقات با مشتری تماس تلفنی داشته باشید.

نکته ۴۲: قبل از انجام ملاقات، در خصوص فعالیت، حرفه و کسب و کار مشتری اطلاعات لازم را کسب نمائید.

نکته ۴۳: قبلاً مشخص کنید که چه مسائلی قابل مذاکره و کدام یک غیر قابل مذاکره می‌باشند.

نکته ۴۴: با ظاهری آراسته و مناسب به محل قرار مراجعه فرمائید.

نکته ۴۵: همراه خود تعدادی کارت ویزیت و بروشور و نمونه محصولات و یا دفترچه راهنمای محصولاتتان را همراه داشته باشید.

نکته ۴۶: به موقع در جلسه ملاقات حاضر شوید.

نکته ۴۷: مذاکره را با در نظر گرفتن منافع احتمالی شروع کنید نه با تصور ضررها.

نکته ۴۸: هنگام مذاکره احساس ناراحتی و کلافگی خود را پنهان کنید و هرگز با عصبانیت اتاق جلسه را ترک نکنید.

نکته ۴۹: تا زمانی که مطلبی برای گفتن ندارید صحبت نکنید.

نکته ۵۰: قبل از این که پاسخ بدهید صبر کنید تا صحبت طرف مقابل تمام شود.

نکته ۵۱: در پایان روز، یعنی زمانی که خسته هستید، از مذاکره با مشتریان درباره موضوعات مهم اجتناب کنید.

نکته ۵۲: به مشتری در خصوص محصولات و خدماتتان مشاوره دهید، چند دقیقه ابتدایی بایستی اعتماد مشتری را جلب کرده و به او توضیح دهید که نماینده شرکت هستید.

نکته ۵۳: از دروغ گفتن اجتناب کنید. واقعیات را در خصوص شرکت و محصولاتتان به مشتریان ارائه دهید.

نکته ۵۴: از محصولات رقبای بدگویی نکنید.

نکته ۵۵: در صورتیکه مشتری به مزیت محصول رقیب شما اشاره کرد، دو حالت وجود دارد: الف) این مزیت واقعاً وجود دارد: در این صورت می‌توانید برای جلب اعتماد مشتری به صورت تلویحی آنرا تأیید کرده و بلافاصله مزیت های کلیدی محصول خود را ارائه دهید. مشتری نباید احساس کند در برابر صحبت های او گارد گرفته اید. ب) این مزیت وجود ندارد: باز به بیان مزیت های محصول خود بپردازید و بعد به صورت دوستانه به او بیان نمائید که این موضوعی که شما در مورد فلان مزیت محصول رقیب گفته اید، باید بیشتر بررسی شود.

نکته ۵۶: به کلیه مشتریان خود احترام بگذارید، چه آنهایی که تحصیلات و جایگاه اجتماعی پائینی دارند و چه آنهایی که تحصیل کرده بوده و دارای سمت های بالایی می باشند.

نکته ۵۷: برای اینکه مشتری را وادار به شنیدن حرفهای خود بکنید، یک دقیقه فرصت دارید. شما در این یک دقیقه پس از معرفی خود، بدون اینکه سریعاً کارت ویزیت در بیاورید، به این موضوع بپردازید که مشتری ممکن است چه مشکلاتی داشته باشد. در نهایت یک جمله کوتاه بیان کنید که شرکت ما، راه حل هایی را برای این موضوع دارد که اگر موافق باشید در مورد آن صحبت کنیم.

نکته ۵۸: اصل مدیریت زمان را در جلسات ملاقات با مشتریان در نظر داشته باشید. جلسات طولانی مدت می تواند سبب خستگی و آزردهی خاطر مشتریان گردد.

نکته ۵۹: در صورتیکه مشتری جهت خرید محصول نیاز به مشورت با دیگران را داشت، سعی نکنید که وی را بیشتر به خرید ترغیب کنید، بلکه به او بگوئید که اگر سوالات فنی یا سوالات دیگری داشت، می تواند با شماره شما تماس گرفته و از شما کمک بگیرد.

نکته ۶۰: کارت ویزیت خود را در انتهای جلسه به مشتری ارائه دهید، کاتالوگ را زمانی به مشتری ارائه دهید که می خواهد تصویری از محصول شما ببیند یا به مرحله توضیح محصولات رسیده اید.

نکات بازاریابی تلفنی



نکته ۶۱: کلمه "سلام" را به کار ببرید و از گفتن "الو" حتی المقدور خودداری کنید. در ایران بهترین کلمه برای برقراری ارتباط "سلام" است. پس ابتدا سلام کنید و سپس خود را معرفی نمایید.

نکته ۶۲: تنها ابزار بازاریاب و فروشنده تلفنی، صدای اوست! یک بازاریاب و فروشنده تلفنی هم باید با صدای خویش هنرنمایی کند چه بخواهید و چه نخواهید صدای شما منعکس کننده حالات روحی و روانی شماست بنابراین در شاد بودن صدای خویش بکوشید. هنگامی که ناراحت هستید ابتدا خودتان را آرام کنید حالت طبیعی داشته باشید و سپس به بازاریابی و فروش تلفنی اقدام کنید.

نکته ۶۳: وقتی در حال مذاکره با مشتری هستید، قلم در دست داشته باشید و نکات مهم صحبت او را یادداشت کنید.

نکته ۶۴: همیشه بعد از مشتری گوشی تلفن را بگذارید. شاید بعد از خداحافظی، مشتری چیزی را به یاد آورد و می خواهد آنرا با شما در میان بگذارد ولی شما متوجه صدای او نمی شوید و گوشی را می گذارید. بهتر است برای جلوگیری از این حالت و رعایت احترام بیشتر به مشتری پس از اینکه صدای قطع مکالمه را شنیدید، گوشی را بگذارید.

نکات حضور موفق در نمایشگاه



نکته ۶۵: لیست نمایشگاه های آتی را از وب سایت شرکت نمایشگاه های بین المللی استان اصفهان دریافت نمائید و برای حضور در نمایشگاه های مرتبط برنامه ریزی کنید. (وب سایت شرکت نمایشگاه های بین المللی اصفهان: www.isfahanfair.ir)

نکته ۶۶: در صورتیکه به دنبال صادرات محصولات خود هستید، در نمایشگاه های بین المللی حضور یابید.

نکته ۶۷: حضور خود را در نمایشگاه از طریق ارسال پیامک، ایمیل و یا دعوتنامه به مشتریان هدف و قرار دادن خبر در وب سایت اطلاع دهید. (محل و زمان حضور بایستی دقیقاً اطلاع رسانی شود)

نکته ۶۸: موقعیت جغرافیایی، وسعت و نمای غرفه در جذب مخاطبین تاثیر دارد.

نکته ۶۹: در غرفه نمایشگاهی بایستی محصولات همراه با لیبل مشخصات کامل به نمایش گذاشته شوند.

نکته ۷۰: شیوه های پذیرایی از مراجعین در جذب مخاطبین تاثیرگذار است. برای مدعوین، پذیرایی رسمی اهمیت دارد.

نکته ۷۱: کارکنان غرفه بایستی لباس رسمی و مرتب و مناسبی بر تن داشته باشند.

نکته ۷۲: کارکنان غرفه بایستی اطلاعات کافی در خصوص شرکت و محصولات داشته باشند.

نکته ۷۳: کارکنان غرفه بایستی از محل های عمومی و تسهیلات و تاسیسات نمایشگاهی از قبیل تلفن عمومی، سرویس های بهداشتی، اورژانس و امثال آن اطلاع داشته باشند.

نکته ۷۴: بهتر است یکی از کارکنان غرفه، مسئول حفظ نظم و نظافت کل غرفه بوده و دائماً مراقب هرگونه به هم ریختگی یا کثیفی در هر نقطه از غرفه باشد.

نکته ۷۵: با وسایل ارتباط جمعی رابطه ای نزدیک برقرار کنید که پیش از شروع نمایشگاه اطلاعات شما در اختیار آن ها باشد.

نکته ۷۶: نسبت به قرار دادن استند های خود در غرفه اقدام کنید.

نکته ۷۷: تعداد کافی کارت ویزیت از شرکت همراه داشته باشید.

نکته ۷۸: در صورتیکه در غرفه فروش دارید، نسبت به تهیه دستگاههای POS (کارت خوان) برای غرفه خود اقدام نمائید.

نکته ۷۹: سعی کنید آمار و اطلاعات اولیه نظیر نام و نام خانوادگی، زمینه کاری و علت مراجعه به غرفه، شماره تماس و ... مراجعین را جمع آوری نمائید.

نکته ۸۰: در غرفه از پیام های صوتی و تصویری جهت جذب بیشتر مخاطبین استفاده کنید.

نکته ۸۱: در صورتیکه در نمایشگاه، فروش دارید، جهت جذب بیشتر مخاطبین از تخفیف های نمایشگاهی و ارائه جوایز خرید استفاده نمائید.

نکته ۸۲: روزهای افتتاح و اختتام نمایشگاه جزء مهمترین روزهای نمایشگاه هستند، در این روزها تعداد مراجعین معمولاً بیشتر از روزهای دیگر است و شخصیت ها و مسئولین از غرفه ها بازدید می کنند. برای روز افتتاح و اختتام نمایشگاه برنامه خاصی جهت ارتباط با ارباب رجوع داشته باشید.

نکته ۸۳: گزارشی متنی - تصویری از حضور خود در نمایشگاه تهیه کرده و در وب سایت و خبرنامه شرکت خود قرار دهید.

نکته ۸۴: اطلاعات دریافتی از مراجعین خود را تحلیل و ارزیابی نمائید و برای ارتباطات بعدی با آنان برنامه ریزی کنید.

نکات شرکت در مناقصات



نکته ۸۵: وب سایت ها ، مجلات و روزنامه هایی را که کلیه مناقصات در آنها درج می گردد، شناسایی و جمع آوری کنید.

www.ariatender.com (آریا تندر) - www.parsnamaddata.com (پارس نما داده ها) - www.hezarehinfo.net (ارتباط گستران هزاره)

نکته ۸۶: مناقصاتی را که مرتبط با حوزه کاری شما می باشد شناسایی کرده و جهت شرکت در آنها برنامه ریزی و اقدام کنید.

نکته ۸۷: مجوزاتی را که مناقصات مرتبط با حوزه کاری شما نیاز دارند ، مشخص نموده و نسبت به اخذ آنها اقدام نمائید.

نکته ۸۸: نسبت به دستگاه های مناقصه گزار اطلاعات لازم را جمع آور نمائید.

نکته ۸۹: جهت تهیه پروپوزال از افراد کارشناس و خبره کمک بگیرید.

نکته ۹۰: به فرآیند شرکت در مناقصه و تاریخ اتمام آن توجه داشته باشید. جهت تهیه اسناد مناقصه (دعوت نامه، دستورالعمل شرکت در مناقصه، همراه با کاربرگ های ضمانت نامه شرکت در مناقصه و ضمانت انجام تعهدات) مطابق زمان تعیین شده اقدام گردد.

نکته ۹۱: در صورت شکست در مناقصه ، بررسی و علت یابی انجام شود.

نکات پایانی



نکته ۹۲: نسبت به استقرار استانداردهای ISO ۱۰۰۰۲ و ISO ۱۰۰۰۴ جهت افزایش کیفیت و سرعت در رسیدگی و پاسخگویی به شکایات و سنجش رضایت مشتریان اقدام نمائید.

نکته ۹۳: توجه نمائید زمان‌هایی پیش می‌آید که شما باید مشتریان خود را با دادن تخفیف‌های خاص سورپرایز کنید. این اصل را به صورت مستمر دنبال کنید و اجازه دهید مشتری به سورپرایزهای شما عادت کند. عادت به موضوع خوب او را به مشتری وفادار شما تبدیل می‌کند.

نکته ۹۴: بازاریابی یعنی نفوذ در ذهن‌ها و متقاعد کردن مخاطب! پس اگر می‌خواهید یک بازاریاب نمونه و موفق باشید حتما مطالعات روانشناسی خود را افزایش دهید.

نکته ۹۵: اگر مشتریانی دارید که به طور منظم به محل شما سر می‌زنند، به آنها لبخند بزنید و احوالپرسی مختصری داشته باشید. اگر اسم آنها را می‌دانید، آنها را به اسم صدا بزنید. این رفتارها باعث می‌شوند احساس خوشایندی به آنها دست دهد و حس کنند که با یک دوست روبرو هستند نه یک فروشنده!

نکته ۹۶: اگر مشتریانی دارید که با شما تماس می‌گیرند، در صورت امکان شما هم این کار را بکنید!

نکته ۹۷: فروش‌های بزرگ خود را جشن بگیرید، اما انجام کامل تعهدات به مشتری از برگزاری این جشن بسیار مهم‌تر است.

نکته ۹۸: یکی از مهم‌ترین اقدامات فروش، اطمینان از درستی محتوای صورتحساب و ارسال به موقع آن به مشتری است.

نکته ۹۹: برای فروش مشتاق باشید، اما خود را به مشتری تحمیل نکنید.

نکته ۱۰۰: باید بازار به ما بگوید چه محصولی با چه کیفیتی تولید کنیم!

سخنان بزرگان

- ۱- مشتری مهمترین شخص در هر داد و ستد است. (گاندى)
- ۲- مشتری به ما وابسته نیست، ما به او وابسته هستیم. (گاندى)
- ۳- مشتری در کار ما دخالت نمى کند او هدف فعاليتهاى ماست. (گاندى)
- ۴- وقتى مشتری ما را انتخاب میکند به ما لطف میکند و وقتى ما به مشتری لطف میکنیم انجام وظیفه مى کنیم. (گاندى)
- ۵- مشتری نباید خود را با ما و فق دهد ما باید خود را با او وفق دهیم. (گاندى)
- ۶- مشتری نیاز خود را به ما مى گوید و ما باید نیاز او را برآورده سازیم. (گاندى)
- ۷- مشتری سزاوار بالاترین توجهات و بیشترین خدمات است. (گاندى)
- ۸- مشتری آب حیات هر داد و ستد است. (گاندى)
- ۹- اگر مشتری وجود نداشته باشد پرداخت حقوق ما و کارکنان ما غیر ممکن خواهد شد. (گاندى)
- ۱۰- مشتریان ناراضى همیشه موجب نگرانى هستند. آنها در عين حال فرصت طلايى شما هستند. (بیل گیتس)
- ۱۱- همه ما یک رئیس داریم و او همان مشتری است، او مى تواند در هر لحظه که بخواهد، با خرید نکردن خود ما را اخراج کند. (سام والتون - کارآفرین آمریکایى، بنیانگذار فروشگاه های وال مارت)
- ۱۲- این صاحب کار نیست که حقوق شما را مى دهد. صاحب کار فقط پول را جابجا مى کند. این مشتری است که حقوق ها را مى پردازد. (هنرى فورد - کارآفرین آمریکایى، موسس شرکت خودروسازى فورد)
- ۱۳- هدف هر کسب و کارى، ایجاد و نگه داشتن مشتری است. (پیتر دراگر - پدر کسب و کار نوین)

منابع



- ۱- اصول بازاریابی - فیلیپ کاتلر - ترجمه بهمن فروزنده - آتریپات کتاب - ۱۳۷۶
- ۲- ۱۰ گناه نابخشودنی در بازاریابی : نشانه ها و راهکارها - فیلیپ کاتلر - ترجمه محمد دلیلی - اصفهان آموخته - ۱۳۹۳
- ۳- راهنمای بازاریابی برای موسسات کوچک - لن راجرز - ترجمه عباس مخبر - نشر مرکز، کتاب ماد - ۱۳۷۳
- ۴- بازاریابی به زبان آدمیزاد - الگزاندر هایام - ترجمه حامد علی آقایی کن - تهران هیرومند - ۱۳۹۰
- ۵- فنون بازاریابی - محمود حقیقت طلب - تهران الماس دانش - ۱۳۹۰
- ۶- بازاریابی - برایان تریسی - ترجمه مهدی قراچه داغی - تهران ذهن آویز - ۱۳۹۳
- ۷- بازاریابی اینترنتی به زبان ساده (راهکارهای افزایش بازدید و فروش وب سایت) - رضا شیرازی - تهران نیاز دانش - ۱۳۹۲
- ۸- فروش تلفنی به زبان آدمیزاد - درک زلر - ترجمه گوهر فری زاده - تهران نشر هیرومند - ۱۳۹۳
- ۹- هنر فروش موفق - ریچارد دن - ترجمه جواد شافعی مقدم - تهران سلیس - ۱۳۸۹
- ۱۰- مدیریت فروش و فروش حضوری با نگرش بازار ایران - پرویز درگی - تهران بازاریابی - ۱۳۹۰