payamdaily.ir

پیام آشنا

شماره ۱۶۹۳
یکشنبه / ۳۰ شهریور / ۱۳۹۹
۲ / صفر / ۱۴۴۲
20 / September / 2020

صاحب امتیاز موسسه همگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: باهره حیدری
نشانی: کرج، بلوار نفتون، خیابان فرهنگ، جنب کافون، کارشناسان رسمی دادگستری
تلفن: ۲۲۵۳۲۸۲۸-۲۲۵۳۴۲۴۳-۰۲۶ فکس: ۲۲۵۵۳۸۲۸
فکس اینترنتی پیام آشنا: ۰۲۱-۸۹۷۸۶۷۲۹
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ۴۲/۴۶
چاپ: کارگر

امروز با حافظ

ز پرده کاش برون آمدی چو قطره اشک
که بر دو دیده ما حکم او روان بودی
اگر نه دایره عشق راه بر بستی
چو نقطه حافظ سرگشته در میان بودی

خواننده

گفتم شراب وصل به اُوباش می دهند؟
با خنده گفت، بندی «او» باش، می دهند

عطار

اوقات شرعی فردا

اذان صبح	طلوع آفتاب	اذان ظهر	غروب آفتاب	اذان مغرب
۰۵:۳۰	۰۶:۵۵	۱۳:۰۱	۱۹:۰۵	۱۹:۲۲

برگه

شما هم می توانید هر کاری را که دوست دارید، بکنید؛ اگر فقط باور کنید که می توانید.

جک کانفیلد

با شعرای کرج

بی ملاقاتی

به امید تمام شدن روزهای کرونایی

شنیده‌ای میگویند
پاییز در راه است؟!
خبر ندارند
تمام فصل ها پاییز بود
از همان روز که ندیدمت...
برای من
برای تو
برای مازندانی های بی ملاقاتی...

ریحانه مهدی زاده

***

خیال

خیال باغ سبزم را به دستانِ تو بسپُردم
امان از بادِ پاییزی
که آن را از تو دزدیده

مهرو پیرحیاتی

اصلاحیه

روزگذشته مطلبی با عنوان «ادبیات طاغوتی جایگزین خدمت رسانی شایسته» در این صفحه منتشر شد که عکس نویسنده به اشتباه جایگزین شده بود. بدینوسیله از نویسنده محترم و مخاطبان گرامی پوزش می طلبیم.

خبر

مدیر دفتر گسترش شعر و ادبیات داستانی خبر داد:

برگزاری نشست‌های تخصصی ادبیات داستانی به مناسبت هفته دفاع مقدس

بهروز جلالی، مدیر دفتر گسترش شعر و ادبیات داستانی موسسه خانه کتاب و ادبیات ایران گفت: همزمان با چهلمین سالگرد آغاز جنگ تحمیلی، هفت نشست تخصصی در حوزه ادبیات داستانی از سوی موسسه خانه کتاب و ادبیات ایران برگزار می‌شود.

به گزارش پیام آشنا، بهروز جلالی مدیر دفتر گسترش شعر و ادبیات داستانی با اشاره به برنامه‌های این موسسه به مناسبت چهلمین سالگرد دفاع مقدس گفت: به مناسبت چهلمین سالگرد دفاع مقدس ملت ایران در مقابل تهاجم دشمن بعثی، هفت نشست تخصصی با حضور نویسندگان برتر کشور و فعالان حوزه فرهنگ برگزار خواهد شد.

جلالی درباره چهره‌های ادبی، فرهنگی و رسانه‌ای حاضر در این نشست‌ها نیز گفت: نویسندگان صاحب‌نام همچون رضا امیرخانی، احمد دهقان، محمدرضا بایرامی، مرتضی سرهنگی، احمد شاکری، ترگس آبیار، مجید قیصری، فاطمه‌ی فراست، شهریار عباسی، خسرو باباخانی، محمود چوبانخت، حمید محمدی محمدی، علی‌اصغر عزتی‌پاک، افشین صحنه و میثم امیری از جمله نویسندگان و صاحب‌نظرانی هستند که در این نشست‌ها در مورد مسائل مختلف ادبیات دفاع مقدس گفت‌وگو خواهند کرد.

وی افزود: در این سلسله نشست‌های تخصصی، موضوع‌ها و محورهایی همچون رابطه سینما و ادبیات داستانی دفاع‌مقدس، دستاوردهای ترجمه آثار داستانی دفاع‌مقدس، آثار کودک و نوجوان در ادبیات دفاع‌مقدس، رابطه ادبیات انقلاب و ادبیات داستانی دفاع‌مقدس و رسانه‌ها، ادبیات داستانی دفاع‌مقدس و خاطره‌نگاری و چیستی ادبیات داستانی دفاع مقدس، مورد بحث و تبادل‌نظر اهل‌فن قرار می‌گیرد.

مدیر دفتر گسترش شعر و ادبیات داستانی افزود: به دلیل ضرورت رعایت پروتکل‌های بهداشتی برای مقابله با ویروس کرونا، متاسفانه در این نشست‌ها افتخار میزبانی حضوری دوستداران ادبیات داستانی وجود ندارد؛ بنابراین علاقه‌مندان می‌توانند این نشست‌ها را همزمان با برگزاری برنامه‌های هفته دفاع‌مقدس از طریق اینستاگرام موسسه خانه کتاب و ادبیات ایران به نشانی @khaneyeketab دنبال کنند.

جلالی در پایان گفت: نسخه کامل ویدئویی نشست‌ها نیز از طریق روابط عمومی موسسه خانه کتاب و ادبیات ایران در دسترس علاقه‌مندان قرار خواهد گرفت.

خبر

همایش مهر مولانا در فضای مجازی

تهمین همایش «مهر مولانا؛ اخلاق و صلح پایدار» به دلیل شیوع کرونا به صورت مجازی برگزار می‌شود.

به گزارش پیام آشنا به نقل از روابط عمومی موسسه سروش مولانا، در این همایش، که پیش‌تر ضبط شده است، افرادی چون مصطفی ملکیان، جواد حیدری، و تامس نیگل، تی.ام. اسکنلن و جاشوا کوهن (فعالان فلسفه در آمریکا) سخنرانی خواهند کرد. همایش «مهر مولانا؛ اخلاق و صلح پایدار» همراه با اجرای «آواز صلح» توسط ارکستر ملی ویژه ایران (نیک‌آوا) پخش خواهد شد.

علاقه‌مندان برای مشاهده این برنامه می‌توانند روز دوشنبه (۲۱ شهریورماه ۱۳۹۹) مصادف با روز جهانی صلح، ساعت ۲۰ به آپارات (https://www.aparat.com/soroushmowlana ، اینستاگرام @sorooshemowlana و یوتیوب سروش مولانا مراجعه کنند.

یادداشت

فعلِ «توانستن»، وجه امر ندارد

آشپزی می‌کرد سنش بالا بود اما از همسر بیمارش مراقبت می‌کرد. غذای سبک می‌پخت که برای هر دویشان خوب بود. می‌گفت: «حالا که او نمی‌تواند آشپزی کند من می‌کنم. فعل توانستن وجه امر ندارد، بایاجان نمی‌شود به کسی گفت: بتوان» خبرهای درگذشت کوتاهند. چون واژه‌ها کار چندانی از دست شان برنمی‌آید. فقط خبر تلخ را می‌دهند و آدم را در دنیای خاطره و حسرت رها می‌کنند. خبر رفتن دکتر «غلامرضا نات‌علیان»(۲۶ خرداد ۱۳۱۱، راک - ۲۲ شهریور ۱۳۹۹، مشهد) از همین نوع بود. کوتاه و تکان‌دهنده و دروازه‌ای به خاطرات دانشگاه، تلفظ سلیس کلمات فرانسوی، اصطلاحات دست اول این زبان و صدای خاطره گفتنش با آن زبان شیرین و مهربانش. در دانشگاه تهران زبان فرانسه را فرا گرفت در روزگاری که تنها منبع در دسترش تنها یک لغتنامه بود. بعد در کنکور دانشسرای عالی نفر اول شد. برای رافدارای رشته زبان فرانسه در دانشگاه مشهد گزینه مورد تأیید استادان بود و به مشهد رفت.

هنگام تدریس و به‌طور اتفاقی مشاور فرهنگی فرانسه و خبرنگار روزنامه «لوموند» (Le Monde) صدایش را از پشت در کلاس شنید. شاید او نخستین فرانسوی بود که از تلفظ درست استاد ایرانی و فرانسه رفته ما متعجب شد. اما بعدها فرانسویان بسیاری را از وسعت دانشش در زبان فرانسه متعجب کرد: از پروفسور کستکی، استاد دکترایش در فرانسه، اهل بنوئیست زبان‌شناس معاصر فرانسه و دیگر استادان فرانسوی که از تسلط او بر قطورترین کتاب گرامر زبان فرانسه «بُن اوزر» (Le Bon Usage) شگفت‌زده می‌شدند. تا هاری کرین، شرق‌شناس فرانسوی که تنها به او برای ترجمه شفاهی سخنانش اطمینان داشت. این شگفتی از آن ما هم بود؛ از تسلطش بر قلم و نگارش «مارسل پروست»، نویسنده فرانسوی رمان شهیر «در جست‌وجوی زمان از دست رفته». جملات بلند و گاه چندین صفحه‌ای پروست را با دکاوت و دقتی مثال زدنی، تجزیه و تحلیل می‌کرد معتقد بود همه جملات بلند پروست نقطه ثقلی دارد که باید برای درک جمله آن را یافت و او استاد یافتن این نقطه‌های ثقل بود. دکتر نات‌علیان که روزگاری همنشینی با مهدی اخوان ثالث و غلامحسین یوسفی را در مشهد تجربه کرده بود؛ ادبیات فارسی را بخوبی زبان فرانسه می‌شناخت. یارها در کلاس، خواندن «عقل سرخ» سهروردی را توصیه کرد. در کتابخانه‌اش بیش از کتاب‌های فرانسوی آثار ادبی ایران‌زمین بود. او هم، مانند بسیاری شعر را ترجمه ناشدنی می‌دانست اما در مسیر ترجمه شاعران معاصر چون محمدرضا شفیعی کدکنی و قیصر امین‌پور تلاش کرد و آنسکارا از یافتن کلماتی مناسب برای ترجمه اشعار اینان چشمانش از شادی می‌درخشید. سال‌های زیادی زبان فرانسه را تدریس و مترجمان زیادی را تربیت کرد. با این حال عطش به یادگیری و دانستن تا آخرین روزهای زندگی‌اش پایان نگرفت و لحظه‌ای ذهن و بدن خسته و تکیده‌اش تنبلی و کاهلی را درک نکرد. بزرگ بود و در ظاهر زبان فرانسه تدریس می‌کرد اما اخلاق، انسان‌بودن و زبان شیرین فارسی هم درس می‌داد. تلاش بسیاری کرده بود. ظلم بسیار هم دید اما هیچ انتظاری از کسی نداشت. پدرانه همه را نگاه می‌کرد و همه دلشکوبایش را «خیا جان» صدا می‌کرد. حالا دیگر هیروفت استاد از انتهای کوچه با کیف کولی و کلاه برفش به کلاس نمی‌آید.

فائزه طاهری

روزنامه‌نگار و پژوهشگر زبان و ادبیات فرانسه

گزارش

مهارت‌های فروش برای افراد غیر فروشنده

آیا قصد دارید مدیر خود را برای توسعه محصول جدید متقاعد کنید؟ امانمی‌توانید توجه او را به این موضوع جلب کنید؟ یا اینکه می‌خواهید سیستم جدیدی را به تیم خود معرفی کنید؟ امانمی‌توانید حمایت دیگران را جلب کنید؟ احتمالا با مشتریانی از نظر داشته و فرصتی برای فروش محصولات و خدمات جدید خود داشته‌اید- اگر چنین است چطور می‌توان بدون استفاده از ترفندها و روش‌های زیرکانه برای فروش فرشنده‌ای موفق بود؟

حتی اگر به‌صورت رسمی در نقش فروشنده قرار ندارید لازم است یا چند تکنیک فروش آشنا شوید چه وقتی می‌خواهید شخص جدیدی را متقاعد کنید به سازمان شما ملحق شود یا طی تماس تلفنی بخواهید محصول جدید را به مشتری معرفی کنید آگاهی از نحوه فروش آن یک توانایی مهم است که باید از آن برخوردار باشید و در عین حال مطمئن باشید که این روش در شرکت شما محترم بوده و یک ارزش محسوب می‌شود.

در مقاله حاضر به بررسی مدل فروش مشورتی پرداخته و نحوه استفاده از آن برای فروش یا عرضه یک ایده، محصول یا خدمات را بررسی خواهیم کرد. همچنین به بررسی نحوه آماده‌سازی مطالبی که باید بیان شوند و نحوه مدیریت سوالات و اعتراض‌ها خواهیم پرداخت تا «فروش» بعدی شما نتیجه‌ای موفقیت‌آمیز داشته باشد.

فروش مشورتی

در فروش مشورتی شما در مقام یک مشاور عمل می‌کنید: شما باید در شناسایی نیازهای مشتری کمک کنید (در این مورد، تیم کارفرما یا مشتریان بیرونی) و سپس محصولات یا خدماتی را که تأمین‌کننده این نیازها هستند پیشنهاد کنید.

فروش مشورتی در مقایسه با سایر مدل‌های فروش نیازمند سطوح بالایی از اعتماد و اعتبار است. بنابراین می‌توان به بهترین شکل ممکن از این مدل عالی استفاده کرد زیرا رکن اعتماد احتمالا از قبل وجود دارد- اگر قصد فروش یک ایده را به هیات‌مدیره اجرایی، کارفرما، تیم یا مشتریان کنونی دارید، مدیر بر این است که از قبل رابطه خوبی با آنها برقرار کرده باشید و بتوانید از این روش به نفع خود استفاده کنید.

همچنین با توجه به اینکه فروش مشورتی بر کمک به مخاطبان متمرکز است (نه کمک به خود برای فروش موفق)، ماهیت طبیعی‌تر و شهودی‌تری دارد. به همین دلیل اگر فروشنده واقعی نیستید می‌توانید به آسانی از آن استفاده کنید.

آماده‌سازی

اگر قصد ارائه یک ایده، یک پروژه یا یک محصول یا حتی یک شغل خاص در سازمان خود را دارید، باید با برداشت تخصصی از مخاطبان خود و اینکه چه موضوعی برای آنها اهمیت دارد وارد آن موقعیت شوید.

به این ترتیب فروش موفق به معنی آمادگی گسترده است. یعنی باید قبل از صحبت برای افرادی که قصد عرضه یا فروش به آنها را دارید به قدر کافی تلاش و کار کرده‌اید.

برای فرآیند آماده‌سازی خود به نکات زیر توجه کنید:

-شناسایی مخاطب هدف: با چه کسانی صحبت خواهید کرد؟ کارفرما، مشتری اصلی یا تیم خود؟ آیا در این خرید فقط یک نفر حضور دارد یا لازم است در سازمان سهامداران مختلف را تحت‌تاثیر قرار دهید؟

-شناسایی محرک‌های اصلی: باید محرک‌های اصلی مخاطبان خود را بشناسید. به‌عنوان مثال اگر هدف سازمان شما افزایش ۱۰ درصدی سود در سال جاری است، برای تحقق این هدف، محصول/ ایده/ پروژه شما چه کمکی می‌کند؟

-شناسایی زبان کاربردی افراد: اگر مخاطبان شما افرادی فنی هستند، باید خود را آماده کنید از ایده‌ها و زبان فنی استفاده کنید. اگر مخاطبان شما افراد مالی هستند، برای ابلاغ پیام خود از اعداد و داده‌ها استفاده کنید.

-تعیین دقیق آنچه قصد «فروش» آن را دارید- آیا موضوع مورد نظر شما ویژگی جدیدی به فرآیند پرداخت حقوق شرکت اضافه می‌کند؟ یک ایده جدید برای محصول است؟ یک فرآیند جدید برای گزارش‌دهی برای مهم‌ترین مشتریان پخش شما است؟ آن را مشخص کنید و تا حد امکان در مورد آن یاد بگیرید.

-برقراری ارتباط بین مخاطب و محصول یا سود و مزایا: بازاریابان و فروشندگان بزرگ به خوبی به این موضوع واقف هستند که بین ویژگی‌ها و مزایا تفاوت بزرگی وجود دارد. دلیل آن این است که مخاطبان شما تنها به یک چیز اهمیت می‌دهند: «هر این چه سودی برای من وجود دارد؟» پس لازم است تفاوت‌های مهم بین دو را بدانید:

-ویژگی‌ها همان خصوصیاتی هستند که محصول یا ایده شما از آن برخوردار هستند. به‌عنوان مثال نرم‌افزار حسابداری جدید که می‌خواهید همه از آن استفاده کنند بسیار سریع و آسان بوده و از قابلیت گزارش‌دهی لحظه‌ای برخوردار است. این موارد همان ویژگی‌های نرم‌افزار هستند.

-مزایا: مفهوم این ویژگی‌ها برای مخاطبان شما هستند. به‌عنوان مثال، مزایای نرم‌افزار حسابداری این است که افراد زمان بیشتری برای انجام سایر وظایف خود در اختیار خواهند داشت، وقتی از این برنامه استفاده می‌کنند کمتر تحت استرس خواهند بود و می‌توانند اطلاعات به روز را از طریق سیستم دریافت کنند.

ویژگی‌ها کسل کننده و خسته‌کننده هستند و به ندرت ممکن است افراد به امکانات و احتمالات آنها فکر کنند. اما وقتی این ویژگی‌ها به مزایا تبدیل می‌شوند، با مخاطبان خود یک پیوند هیجانی برقرار می‌کنید.

وقتی خود را قبل از ملاقات آماده‌سازی می‌کنید، بر شناسایی مزایای ایده یا محصول خود تمرکز کنید. در این صورت می‌توانید این اطلاعات را به مخاطبان خود منتقل کنید.

-نیازهای مخاطبان هدف خود را بشناسید: مشکلاتی را که ایده یا محصول شما به حل آن کمک می‌کند و نیازهایی که با آن برطرف می‌شود شناسایی کنید. این موضوع تاثیر مستقیمی بر تبلیغات یا فروش ایده شما دارد. اگر با افرادی صحبت می‌کنید که در حوزه صنعتی شما فعالیت نمی‌کنند، لازم است از کلمات و اصطلاحاتی استفاده کنید که آنها به خوبی قادر به درک آنها باشند.

-پیشنهادهای فروش منحصربه‌فرد خود را برجسته‌سازی کنید: افراد معمولا بهترین محصولی را که یا نیازها و اهداف آنها همخوانی دارد، خریداری می‌کنند. ایعادی از محصول، ایده یا پروژه خود را که به‌صورت منحصربه‌فرد به آنها مربوط است برجسته‌سازی کنید. هر چه در ارائه معرفی یا تبلیغ خود بیشتر تمرین کنید در زمان تحویل آن احساس راحتی بیشتری خواهید داشت تا حد امکان آنچه را که قصد بیان آن را دارید بارها تمرین کنید.

قطعی کردن فروش

به مخاطبان خود زمان دهید در مورد همه چیز خوب فکر کنند. اما هرگز آن را اتمام‌ها را نکنید. اگر هیچ تعهدی را از جانب آنها کسب نکنید، احتمال فروش موفقیت‌آمیز شما به میزان قابل توجهی کاهش می‌یابد.

پس در زمان اتمام معرفی و تبلیغ خود، تاریخ یا زمان مشخصی را برای گفت‌وگوی دوباره مشخص کنید. این کار به شما کمک می‌کند در صورت نیاز و برای مسائل یا مخالفت‌های طرف مقابل تبلیغ خود را به‌صورت اختصاصی تر ارائه کنید.

اگر به این نتیجه برسید که محصول یا ایده شما تناسب چندانی با مخاطب شما ندارد، در نهایت احترام کناره‌گیری کنید. افراد به ندرت این کار را انجام می‌دهند، به همین دلیل این رفتار می‌تواند مخاطبان شما را عصبانی شگفت‌زده کند و همین باعث می‌شود در دفعات بعدی که با آنها صحبت می‌کنید پذیراتر باشند. فارغ از چیزی که قصد فروش آن را دارید برای موفقیت لازم است ذی‌نفعان کلیدی را به سمت خود جذب کنید. دقیقا به همین دلیل این رفتار می‌تواند مخاطبان شما را عصبانی شگفت‌زده کند و همین باعث می‌شود در دفعات بعدی که با آنها صحبت می‌کنید پذیراتر باشند. فارغ از چیزی که قصد فروش آن را دارید برای موفقیت لازم است ذی‌نفعان کلیدی را به سمت خود جذب کنید. دقیقا به همین دلیل این رفتار می‌تواند فروش شما را قطعی یا لغو کنند!

مترجم: ساسان قاسمی