

«فروشنده لیزری در دنیای B2B»؛ کتابی که از دل میدان فروش بیرون آمد

کتاب «فروشنده لیزری در دنیای B2B» نوشته علی قاسمپور - مدیر فروش چارگون - منتشر شد. این اثر که به گفته نویسنده‌اش حاصل نزدیک به سه سال نوشتن، بازنویسی و بازنندیشی مداوم است، با هدف پر کردن خلأ یک روایت کاربردی و مبتنی بر تجربه واقعی در حوزه فروش سازمانی نگاشته شده. قاسمپور که سال‌ها در فضای B2B فعالیت داشته، در این کتاب تلاش کرده نه از زاویه تکنیک‌های کلیشه‌ای، بلکه از دل آنچه در میدان واقعی فروش سازمانی جریان دارد بنویسد.

انگیزه‌ای که از خلأ یک روایت واقعی شکل گرفت

قاسمپور مدیر فروش چارگون، درباره دلیل نگارش این کتاب می‌گوید در فضای فروش B2B، جای یک روایت کاربردی و مبتنی بر تجربه واقعی خالی بوده است:

«مدت‌ها بود احساس می‌کردم در فضای فروش، به‌ویژه فروش B2B، جای یک روایت واقعی و کاربردی خالی است؛ روایتی که فقط به تکنیک‌های کلیشه‌ای نپردازد، بلکه از دل تجربه، به‌ویژه تجربه‌هایم در شرکت چارگون بگوید. من این کتاب را نوشتم چون معتقدم فروش سازمانی، فقط هنر خوب صحبت کردن یا ارائه دادن نیست؛ فروش

سازمانی، بازی دیدن لایه‌هایی است که در ظاهر دیده نمی‌شوند.»

سه سال نوشتن، بازنویسی و تجربه میدانی

به گفته نویسنده، ایده اولیه کتاب حدود سه سال پیش شکل گرفت و روند نگارش آن، مسیری طولانی و پرتکرار بود:

«وقتی اولین خط این کتاب را نوشتم، فکر نمی‌کردم این مسیر تا این اندازه طولانی، دقیق و پرفرازونشیب باشد. نوشتن این کتاب تقریباً سه سال زمان برد؛ سه سال پر از نوشتن، بازنویسی، حذف، اصلاح و دوباره فکر کردن. برای من مهم بود کتابی منتشر شود که صرفاً مجموعه‌ای از جملات انگیزشی یا توصیه‌های تکراری نباشد؛ بلکه عصاره‌ای از تجربه‌های واقعی در دنیای فروش B2B باشد.»

کتابی که برای اهالی میدان فروش نوشته شد

قاسم‌پور مخاطب این کتاب را افرادی می‌داند که به‌نوعی با فروش سازمانی، مذاکره، توسعه بازار، مدیریت ارتباط با مشتریان و تصمیم‌گیری در فضای B2B درگیرند. کارشناسان و مدیران فروش، مدیران توسعه کسب‌وکار، صاحبان کسب‌وکارهای B2B، مدیران بازاریابی، تازه‌واردان به فضای فروش سازمانی و مدیرانی که به دنبال نگاه دقیق‌تر به فرایند خرید و فروش سازمانی هستند، همگی می‌توانند مخاطب این اثر باشند.

تصویری واقعی از مشتری و فروشنده سازمانی

مدیر فروش چارگون معتقد است یکی از تفاوت اصلی این اثر با محتواهای مشابه، واقع‌گرایی آن در ترسیم رابطه فروشنده و مشتری است:

«در این کتاب تلاش کرده‌ام از فروش، یک تصویر واقعی ارائه دهم؛ تصویری که در آن، مشتری فقط یک خریدار نیست، بلکه مجموعه‌ای از دغدغه‌ها، ریسک‌ها، ملاحظات و لایه‌های پنهان تصمیم‌گیری است. در دنیای B2B، فروشنده موفق کسی نیست که فقط خوب ارائه می‌دهد؛ کسی است که خوب می‌بیند، خوب می‌پرسد و خوب مسئله را می‌فهمد.»

هدفی فراتر از خواندن یک کتاب

قاسم‌پور در پایان، هدف خود از انتشار این اثر را چنین توصیف می‌کند: «امیدوارم این کتاب برای مخاطب فقط یک کتاب خواندنی نباشد؛ بلکه بتواند به او کمک کند عمیق‌تر به فروش نگاه کند، سؤال‌های بهتری بپرسد، تصمیم‌های دقیق‌تری بگیرد و درک واقعی‌تری از پیچیدگی‌های فروش سازمانی پیدا کند.»