

بررسی تأثیر ابعاد فن بیان در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات

محمد صادق ترکمان

دانشجوی کارشناسی، رشته مدیریت کسب و کار، گرایش MBA، دانشگاه آزاد، تهران، ایران.

چکیده

این مقاله به بررسی تأثیر ابعاد فن بیان در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات می‌پردازد. ابعاد فن بیان شامل عناصری همچون سرعت، صداقت، قدرت صحبت کردن و اقناع است. فن بیان به توانایی انتقال افکار، احساسات و اطلاعات به شکلی مناسب و مؤثر اطلاق می‌شود. یک فرد با فن بیان قوی قادر به جذب توجه مخاطبین، انتقال پیام‌های خود به صورت روان و مؤثر و ایجاد ارتباط عمیق‌تر با مخاطبان خواهد بود. با فن بیان شما می‌توانید پیام خود را به‌یادماندنی‌تر کنید و تأثیر قابل توجهی بر ذهن دیگران بگذارید. اگر قصد رشد کسب و کار خود را دارید و می‌خواهید به یک فروشنده قدرتمند و ماهر تبدیل شوید، لازم است به‌دقت نسبت به نحوه تعامل و فن بیان در کسب و کار آگاهی کسب کنید. یکی از روش‌های ایجاد ارتباط مؤثر با مشتریان در بازاریابی و تبلیغات، استفاده صحیح از کلام و فن بیان در تبلیغات می‌باشد. بازاریابی و تبلیغات صحیح، کمک می‌کند تا احساس قابل قبولی از محصول در ذهن مشتری شکل بگیرد. به‌طوری‌که ذهنیت مشتری، پیش از خرید و تجربه استفاده از آن محصول ترغیب می‌شود. روش تبلیغات تحول‌گرا نیز چگونگی برقراری ارتباط با مشتریان را توصیف می‌کند. با این تفاوت که از فن بیان طوری استفاده شود که تجربه مصرف محصول را زیبا جلوه دهد. روش پژوهش توصیفی-کاربردی و جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی مدیران و کارکنان واحد بخش فروش یک شرکت محصولات صنعتی است که بر اساس آمار این شرکت تعداد ۴۸ نفر می‌باشد که از این تعداد، ۲۰ نفر به شیوه نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. نتایج پژوهش حاکی از وجود رابطه مستقیم بین مؤلفه‌های سازمانی، تکنولوژی و مدیریت دانش از ابعاد مدیریت ارتباط با مشتری با رضایتمندی مشتری و بهبود کسب و کار و فروش می‌باشد. همچنین نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که استفاده از ابعاد فن بیان مناسب در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات، تأثیر قابل توجهی بر بهبود عملکرد و افزایش فروش دارد. به‌علاوه، نقش این ابعاد در جذب مشتریان جدید و حفظ مشتریان قدیمی نیز بسیار حائز اهمیت است. در نهایت، پژوهش حاضر به این نتیجه رسیده است که توجه به ابعاد فن بیان در سطح سازمان و آموزش آن به کارکنان، می‌تواند به بهبود عملکرد کسب و کار و افزایش سودآوری منجر شود.

واژه‌های کلیدی: مدیریت ارتباط با مشتری، رضایتمندی مشتری، فن بیان، مدیریت کسب و کار، مدیریت فروش

۱- مقدمه

در دنیای امروزه، مدیریت کسب و کار و فروش محصولات یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت و پیشرفت شرکت‌ها و سازمان‌ها است. یکی از عوامل کلیدی در این حوزه، ابعاد فن بیان است که تأثیر بسزایی بر روند کارآمد و مؤثر بودن فعالیت‌های تجاری دارد. در این مقاله، به بررسی تأثیر ابعاد فن بیان در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات پرداخته خواهد شد. با تحلیل نقش و اهمیت هر یک از ابعاد فن بیان، به دست آوردن راهکارهای مناسب برای بهبود عملکرد و عملکرد شغلی در حوزه‌های مختلف صنعت و بازار خواهید گذاشت. همچنین، با استفاده از نظرات و تجارب صاحبان کسب‌وکار، به نقطه نظرات عمده در خصوص تأثیرات مثبت چنین روش‌های زبان‌شناسانه در حال حاضر پاسخ داد. [2]

بیشتر فروشندگان تصور می‌کنند با مفهوم فن بیان آشنا هستند؛ درحالی که فقط تعداد محدودی از آنان با مفهوم و کاربرد فن بیان در فروش آشنایی دارند. فن بیان در فروش یا گفتار در فروش، یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین رکن‌های فروش می‌باشد که امروزه با توجه به اهمیت بحث فروش و حفظ و نگهداری مشتری و حتی فروش بیشتر بحث فن بیان بیشتر مورد توجه قرار گرفته است [5].

مارشال مک لوهان، نخستین کسی بود که به شیوه‌ای متقاعدکننده را بیان کرد. مارشال مک لوهان، رسانه‌ها را به دو قسمت تقسیم کرد و مدعی شد رسانه یا گرم است و سرد. با توجه به شرایط امروزه و اضافه شدن فضای مجازی تبلیغ‌های وسیع‌تر استفاده از فن بیان قدیمی چندان کاربردی ندارد [3].

فن بیان به مجموعه‌ای از تکنیک‌ها و مهارت‌ها گفته می‌شود که برای بهبود کیفیت ارتباط با مخاطبان به کار گرفته می‌شود. در فروش، فن بیان به عنوان یکی از مهارت‌های پایه برای برقراری ارتباط با مشتریان و متقاعد کردن آن‌ها درباره مزایای محصولات و خدمات به کار می‌رود. تلاش برای به دست آوردن مهارت‌های تأثیر فن بیان در فروش به طور قابل توجهی می‌تواند به افزایش فروش و در نتیجه بهبود سودآوری کمک کند [4]

یکی از مهم‌ترین مباحث در فن بیان، نحوه استفاده از صدا، چشم‌ها و بدن است. فنون بیانی مانند تغییر صدا و بلندی آن در موقعیت‌های مختلف، استفاده از حرکات بدنی و نحوه نگاه کردن به مخاطبان می‌توانند به شما کمک کنند تا مطمئن شوید که پیام شما به درستی به مخاطبانانتان منتقل شده است. به طور مثال، با تغییر نوع صدای خود می‌توانید بر روی احساسات مخاطبان خود تأثیرگذار شوید و با ایجاد یک شیوه صحبت واضح و قابل فهم، مخاطبان را به سمت خرید محصول یا خدماتتان جذب کنید. [2]

فن بیان قوی و مهارت‌های ارتباطی خوب نه تنها در زندگی شغلی شما به‌عنوان یک کارشناس فروش ضروری است؛ بلکه یادگیری آن می‌تواند در زندگی شخصی شما نیز تأثیر بسیاری داشته باشد. یک کارشناس فروش و بازاریابی موفق باید از نقش فن بیان در فروشندگی و بازاریابی به‌خوبی آگاه باشد و بتواند به‌راحتی آن‌ها را در صحبت خود با مخاطبان و مشتریان بالقوه رعایت کند. [1]

در بازاریابی و کسب و کار، هدف واداشتن غیر مستقیم مخاطبان برای خرید کردن یا متقاعد کردن آن‌ها مبنی بر تمایل به داشتن محصول یا خدمات شما است. در فن بیان باید از باورها و انتظارات مخاطبان به نفع خود استفاده کنید. برای پیشبرد این هدف لازم است نسبت به مخاطبان هدف و اطلاعات شرکت و محصول خود، آگاهی کامل داشته باشید تا بتوانید با تکنیک‌های فن بیان، مخاطبان‌تان را متقاعد کنید که به محصول یا خدمات شما نیاز دارند. تمامی این مسائل تأثیر فن بیان در کسب و کار را نشان می‌دهد. [3]

آموزش ارتباط مؤثر و فن بیان صحیح، به افراد کمک می‌کند تا در محل کار و با مشتریان به طور کارآمد و مفید ارتباط برقرار کنند. ممکن است اکنون حتی بدون اینکه متوجه باشید از بعضی از تکنیک‌های فن بیان استفاده کنید، اما اینکه بتوانید آن‌ها را در سخنرانی‌ها، مصاحبه‌ها و مکالمات خود با مخاطب و همکاران خود بگنجانید، می‌تواند روابط شما را تقویت کند. [1]

۱-۱- بیان مسئله

مدیریت کسب و کار و فروش محصولات یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت در هر شرکت و سازمان است. یکی از عوامل کلیدی در این زمینه، ابعاد فن بیان است که تأثیر بسیار زیادی بر روند مدیریت کسب و کار و فروش محصولات دارد. این مقاله به بررسی تأثیر ابعاد فن بیان، از جمله نحوه صحبت کردن، استفاده از زبان بدن و صدا، در بهبود عملکرد و افزایش فروش محصولات می‌پردازد. هدف اصلی این مقاله، شناسایی نقاط قوت و ضعف در فن بیان در مدیران و کارکنان شرکت‌هاست و پیدا کردن راهکارهای مناسب جهت بهبود آن‌ها. [3]

اصلی‌ترین موضوع برای حفظ و جذب درست مشتری بحث فن بیان است. داشتن فن بیان قوی یکی از مهم‌ترین ارکان‌های است که شخص جهت جذب، حفظ، خدمات، بالا بردن کیفیت فروش و... استفاده می‌کند. پس لازمه اصلی فروش داشتن فن بیان است. فن بیان با توجه به محصولات مختلف دارای ویژگی‌های مختلفی است که میتوان گفت هر محصول یک سری نیاز به داشتن فن بیان خاص خودش است؛ اما لازمه اصلی مکالمه درست داشتن علم فن بیان است. [6]

توجه به جملاتی که در حین صحبت با مشتری استفاده میکنید بسیار دارای اهمیت است، برای اینکه بتوانید در مذاکرات کاری و ارتباط با مشتری، موفق عمل کنید حتماً تا میتوانی از جملات مثبت استفاده نمایی تا حس خوب را به مشتری انتقال بدهید. سعی کنید از جملاتی استفاده نمایی که مشتری احساس امنیت و خاطر جمعی داشته باشد، توجه داشته باشید که انسان‌ها خواهان احترام هستند مخصوصاً وقتی که میخواهند پول خرج کنند هرگز بی احترامی و بی توجهی را تحمل نخواهند کرد. [5]

امروزه اهمیت دادن به علم فن بیان در فروش جایگاه ویژه‌ای برای خود پیدا کرده است. ابعاد فن بیان رو می‌شود در تبلیغ‌ها به وفور مشاهده کرد. مثل استفاده از جمله‌ها یا کلماتی که میتواند باعث تشکیل نیاز شما بشود یا استفاده از گویندگانی که صدای تاثیرگذاری دارند که با استفاده از فن بیان و صدای خود میتوانند جایگاه مناسبی در ذهن شما پیدا بکنند. پس میتوان گفت امروزه توجه اصلی بروی استفاده از علم فن بیان در فروش محصولات است چه در بخش تبلیغ چه در بخش فروش یا حتی در بخش حفظ مشتری که میتوان گفت سه عنصر اصلی میباشند. تصمیم بر این است با شناخت دقیق و درستتر علم فن بیان و استفاده از جدیدترین متدهای آن ایجاد بهترین و درست‌ترین روش و راهکارها را بررسی کرده و بهترین فن بیان را در اختیار فروشنده‌گان و مدیران فروش قرار داد [7].

به طور کلی داشتن فن بیان قوی و تاثیرگذار علاوه بر پذیرش در شغل مورد نظران، مزایای دیگری نیز دارد؛ که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره نمود. افزایش اعتماد به نفس: یکی از ابتدایی‌ترین مزایای بیان تاثیرگذار در زندگی شغلی، افزایش اعتماد به نفس شما است. معمولاً افرادی که از مهارت‌های گفتاری قدرتمندی برخوردار هستند به راحتی می‌توانند در جمع‌های بزرگ سخنرانی نمایند و یا بدون ترس و استرس با کارفرمای خود صحبت کنند. این کار موجب می‌شود تا احساس بهتری نسبت به خود داشته باشند و اعتماد به نفس آن‌ها افزایش یابد. در این صورت احساس رضایت شغلی بیشتری خواهند داشت و برای رسیدن به موقعیت شغلی بهتر تلاش می‌نمایند [3].

تقویت مهارت‌های اجتماعی: از دیگر مزایای داشتن مهارت گفتاری می‌توان به تقویت مهارت‌های ارتباطی نیز اشاره نمود. تقویت نمودن مهارت‌های گفتاری به شما کمک می‌نماید تا بتوانید زمان را با توجه به حجم صحبت هایتان مدیریت نمایید. افزایش استدلال قیاسی: برای اینکه فن بیان تاثیرگذاری داشته باشید، باید اطلاعات درست و مفیدی را در صحبت هایتان جای دهید. به همین دلیل برای داشتن یک سخنرانی تاثیرگذار نیاز دارید که تحقیق و بررسی انجام دهید [8].

اصلی‌ترین و مهم‌ترین بخش تحقیق بررسی استفاده درست فن بیان در مدیریت کسب و کار است که نیاز به یادگیری روشها و متدهای اولیه فروش از طریق فن بیان است. پس لازمه یک فروش موفق داشتن علم فن بیان درست است. علم فن بیان ابعاد گوناگونی دارد که در این تحقیق به برخی از ابعاد علم فن بیان پرداخته شده است که با یادگیری این علم به صورت دقیق و بروز شده میتوانیم عمده مشکل فروش را حل کنیم. [7]

۲- مبانی و پیشینه پژوهش

مقاله حاضر به بررسی تأثیر ابعاد فن بیان در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات می پردازد. این پژوهش با هدف بررسی نقش و اهمیت فن بیان در موفقیت کسب و کارها و افزایش فروش محصولات، به تحلیل عوامل مختلف ابعاد فن بیان می پردازد. ابعاد فن بیان شامل عوامل مختلفی همچون استفاده از زبان مناسب، تأثیر گذاری صحبت ها، قدرت گفتار، استفاده از زبان بدن و ... است. این پژوهش با استفاده از روش های تحقیق کمی و کیفی، به بررسی تأثیر هر یک از این عوامل در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات پرداخته و نتایج حاصل را تجزیه و تحلیل نموده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داده است که استفاده صحیح و مناسب از ابعاد فن بیان در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات، تأثیر قابل ملاحظه ای در بهبود عملکرد شرکت ها دارد. [2]

فن بیان یکی از اولین مهارتها برای فروشنده است، زیرا کسی که با لحن مناسبی صحبت نمیکند (تند و یا آرام، خشن و...) حتی با وجود داشتن مهارت فروشندگی نمیتواند به خوبی پیام خود را به مشتری انتقال دهد و به عنوان یک فروشنده عجول و یا بیحس شناخته می شود. لحن صدا در جذابیت کلامی و فردی هم تأثیرگذار است به طوری که خوانندگان برای تقویت این مهارت هزینه های گزافی از نظر مادی و زمانی پرداخت میکنند. توصیه میگردد که فروشندگان برای تقویت مهارت فن بیان، وقت و زمان کافی را اختصاص دهند تا با تقویت این مهارت بخشی از فشار ناشی از ارتباط با مشتری کم شود. مهارت فن بیان برای فروشندگان تلفنی بیشتر نیاز است، زیرا مشتریان فقط از طریق صدای پشت تلفن است که با فروشنده ارتباط برقرار میکنند. [9]

۲-۱- فن بیان

فن بیان به توانایی انتقال افکار، احساسات و اطلاعات به شکلی مناسب و مؤثر اطلاق می شود. یک فرد با فن بیان قوی قادر به جذب توجه مخاطبین، انتقال پیام های خود به صورت روان و مؤثر و ایجاد ارتباط عمیق تر با مخاطبان خواهد بود. فن بیان به توانایی بیان افکار و ایده ها به طور واضح و مؤثر گفته می شود. [7]

فن به معنی تکنیک است و فن بیان یعنی این که بتوانید در هر زمانی و متناسب با هر شرایط و در مقابل هر شخصی سخنان به جا و درست را بر زبان بیاورید. برخی از افراد بر این باورند که فن بیان یعنی پرحرفی و حاضر جوابی؛ در صورتی که اصلاً چنین مفهومی از فن بیان صحیح نیست. فن بیان یعنی اینکه شما بتوانید یک محتوای ارزشمند و مفید با رعایت تکنیک های صحیح کلامی به همراه بیانی رسا و واضح در اختیار مخاطب قرار دهید. به معنای ساده تر تعریف فن بیان این است که بتوانید منظور خود را به بهترین شکل ممکن به مخاطب انتقال دهید. فکر می کنم این درست ترین تعریف از فن بیان باشد. [11]

انسان موجودی اجتماعی و ارتباطی است و یکی از بهترین راهها برای ارتباط گرفتن، سخن گفتن محسوب می شود. شما در تمام لحظات زندگی خود با بیان خوب می توانید بهترین نتایج را دریافت کنید. برخی تصورات بر این است که فن بیان و سخنوری تنها افرادی نیاز به فراگیری مهارت های فن بیان دارند که شغل آنها مرتبط با مسائلی مانند سخنرانی در جمع می باشد اما این ذهنیت کاملاً نادرست است. فن بیان مهارتی است که برای هر شخصی لازم و ضروری محسوب می شود زیرا بدون آن قطعاً نخواهید توانست به خوبی با دیگران ارتباط برقرار کنید و نظر آنها را نسبت به خود جلب نمایید. برخی از مزایای دارا بودن فن بیان قوی را با هم مورد بررسی قرار دهیم؛ اما در مقاله اهمیت فن بیان به تعدادی بیشتری از این موارد پرداخته ایم که پیشنهاد می کنم حتماً آن را هم مطالعه کنید. [10]

طبق گفته افلاطون، فن بیان هنر حکومت کردن بر ذهن انسان است. این نقل قول معروف افلاطون میزان قدرت بیان را نشان داده و به طور خلاصه توضیح می دهد که چرا باید از فن بیان در مؤثرترین کمپین های بازاریابی استفاده کرد. افراد دارای مهارت فن بیان، پیام خود را بر اساس مخاطبان شان تطبیق می دهند که این نکته به ویژه برای بازاریابی و تبلیغات در قرن بیست و یکم اهمیت دارد. [11]

۲-۱-۱-اهداف یادگیری فن بیان

بیان؛ عنصری است که باید پرسید چه نغعی ندارد یا کجا بدرد نمی خورد. چرا که از زمان بیدار شدن تا زمانی که به خواب می رویم، مدام از فن بیان استفاده می کنیم و نیاز های خود را برطرف می کنیم و در جهت رشد و پیشرفت آن را به کار می گیریم. [7]

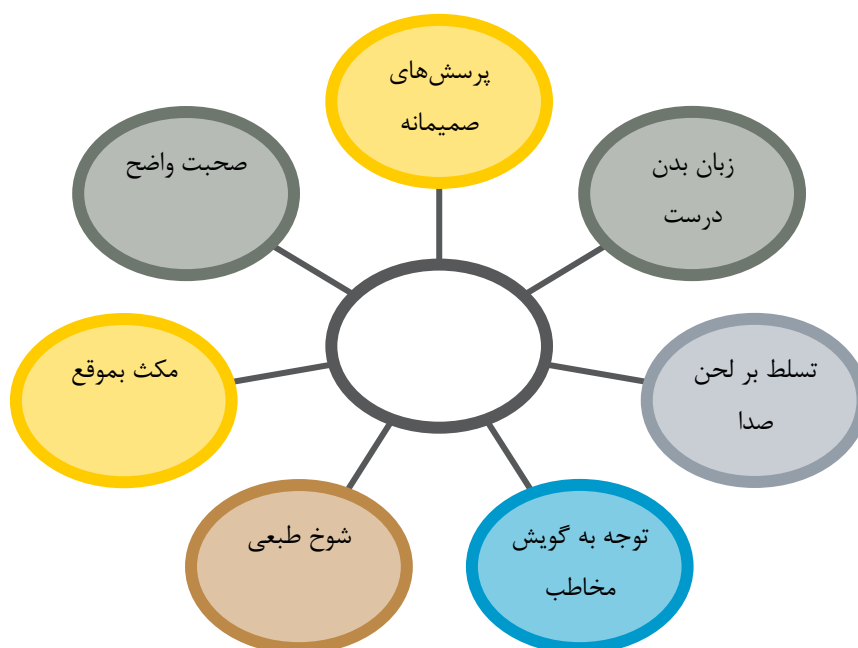
جدول شماره ۱: اهداف یادگیری فن بیان، [7]

اهداف	ردیف
فن بیان، اعتماد به نفس شما را بالا می برد	۱
فن بیان قوی عامل جذابیت شماست	۲
ذهنیت افراد از روی کلام شما شکل می گیرد	۳
فن بیان قوی از ویژگی رهبران است	۴

فن بیان یکی از مهمترین مهارتهای ارتباطی انسان امروز است که در مسیر پیشرفت و ترقی او تأثیر به سزایی دارد. اگر ارتباطات کلامی انسانی را شامل پنج دسته مذاکره، مناظره، مباحثه، گفتگو و سخنرانی بدانیم، سخنرانی و سخنوری عالیترین نوع ارتباط کلامی انسانی است؛ بنابراین اگر ما مهارتهای لازم برای سخنرانی و سخنوری را کسب کنیم، میتوانیم مدعی باشیم که در سایر مهارتهای ارتباطی انسانی هم به تسلط کافی و وافی رسیده ایم. برای رسیدن به جایگاه سخنوری حرفهای ما به مهارتهای مختلفی نیازمندیم. [11]

۲-۱-۲-تکنیک های فن بیان

تکنیک های فن بیان شامل موارد متعددی مانند اکسان گذاری، تنالیته یا فراز و فرود صدا، تکیه کلام، تکیه هجا، انواع مکث ها و ... می شود که رعایت این تکنیک ها توانایی شما را در فن بیان بهبود میبخشد. البته اجرای این تکنیک ها به تمرینات مستمر خوانش شعر، متن خوانی، دیالوگ گوئی و همچنین سخنرانی نیاز دارد. البته اغلب این تکنیک ها که سرانجام شما را به سوی لحن مناسب هدایت می کند در راستای درک مفاهیم مرتبط با موضوع سخنرانی، شعر، متن یا دیالوگ اتفاق می افتد. [10]



نمودار شماره ۱: تکنیک های فن بیان، [10]

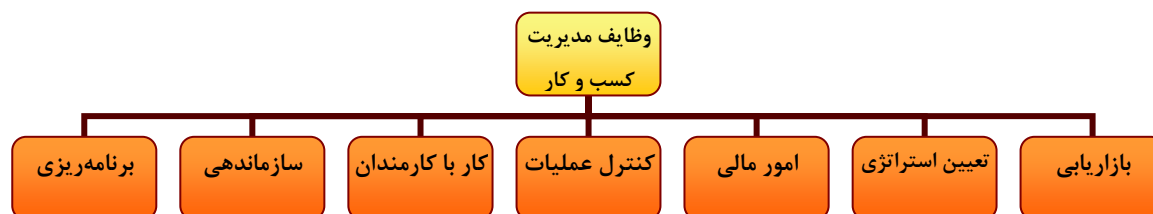
هر قدر شما لحن بهتری داشته باشید، این دو تصویر شباهت بیشتری به هم دارد. از این رو یکی از مهمترین و اساسیترین مهارتهای لازم در لحن، تصویربرداری از متن، شعر، دیالوگ و یا موضوع سخنرانی است. چون این تصویر هاست که به شما احساس میدهد و اگر نتوانید تصویربرداری مناسبی انجام دهید در انتقال این احساس دچار مشکل میشوید و لحن را از دست میدهید. تنالیده صدا، اکسان گذاری، تکیه کلام و تکیه هجا مهمترین ابزار در دست سخنران است تا به واسطه آن بتواند تصویر درست را به مخاطب منتقل کند. [11]

۲-۲- مدیریت کسب و کار

مدیریت کسب و کار به عملی گفته می شود که در آن، افراد مختلف سازمان دهی می شوند تا به اهداف تعیین شده برای کسب و کار جامعه عمل ببوشانند. فردی که این وظیفه را به عهده دارد، باید بتواند از منابع سازمان به بهترین شکل ممکن استفاده کند. [7]

مدیریت کسب و کار امری به شدت حساس است. کسی که وظیفه مدیریت کسب و کار را به عهده دارد، باید شور و انگیزه بالایی برای این کار داشته باشد، ولی اشتیاق به تنهایی کافی نیست. موفقیت طولانی مدت در فضای تجارت امروز، مستلزم آن است که مدیر کسب و کار به شکل کامل با تعریف این جایگاه شغلی آشنا باشد، شرح وظایفش را بداند و دانش و مهارت های اساسی این کار را کسب کرده باشد. [12]

مدیریت کسب و کار به عملی گفته می شود که در آن، افراد مختلف سازمان دهی می شوند تا به اهداف تعیین شده برای کسب و کار جامعه عمل ببوشانند. فردی که این وظیفه را به عهده دارد، باید بتواند از منابع سازمان به بهترین شکل ممکن استفاده کند. در یک مدل تجاری سودآور، مدیریت کسب و کار باید بتواند رضایت ذی نفعان، سهامداران، کارمندان، مشتریان و صاحبان کسب و کار را جلب کند. البته لازم به ذکر است در برخی از کسب و کارهای کوچک یا بزرگ، خود صاحب کسب و کار، مدیریت مجموعه را نیز به عهده می گیرد. [11]



نمودار شماره ۲: وظایف مدیریت کسب و کار، [12]

کسانی که به دنبال کسب موفقیت در بازاریابی هستند باید مهارتهای فن بیانشان را تقویت کنند. به کمک مطالعه و تجربه میتوانید به طور حرفهای مهارت های فن بیان در بازاریابی را کسب کنید و یا آنها را بهبود ببخشید.

BPM ترکیبی از دو علم مدیریت و فناوری اطلاعات است. مدیریت فرآیندهای کسب و کار یک روش سازمان یافته و نظام مند به منظور تعریف، طراحی یا باز طراحی، ایجاد، مستند سازی، اندازه گیری، پایش و کنترل کلیه فرآیندهای کسب و کار، به منظور ایجاد ارزش بیشتر برای مشتریان و اهداف سازمان همراه با چابکی بالاتر است [13].

به بیان ساده با استفاده از این شیوه سازمان ها قادر هستند تا تمامی فعالیت های درون و بیرون سازمانی را همسو با اهداف تعیین شده برای کسب و کار، بسیج کنند. در نتیجه، این امر منجر به افزایش بهره وری و کارایی سازمان ها، رضایت و تامین هر چه بیشتر و بهتر مشتریان خواهد شد.

جدول شماره ۲: مزایای استفاده از مدیریت فرایند های کسب و کار، [13]

ردیف	مزایا
۱	کاهش هزینه ها در پی کنترل خطاها، تمرکز بر جریان کار و اندازه گیری دوره زمانی انجام امور و اندازه گیری بازده عملکرد و خروجی کارها.
۲	چابک شدن بیشتر فعالیت های سازمان از طریق مدیریت دقیق و یکپارچه سازی و خودکارسازی فرآیندها
۳	تمرکز بیشتر بر رضایت مشتری از طریق کنترل همیشگی خروجی فرآیند ها
۴	افزایش رضایت و انگیزه کارکنان به دلیل شفاف بودن جریان کار، نحوه انجام وظایف و دست یافتن به اهداف از پیش تعیین شده
۵	رشد سازمانی مناسب و مفید و اثربخشی بیشتر در مراحل فرایند

۲-۲-۱- انواع فن بیان در مدیریت کسب و کار

بازاریابی رویدادی نحوه ای از بازاریابی است که با به راه انداختن رویدادها مانند کنفرانسها، سمینارها و فستیوال ها همراه است. در این نوع بازاریابی قدرت سخنوری و فن بیان از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. علاوه بر تبلیغات بصری و محیطی، سخنرانی معرفی و پرزنت کالا و خدمات، مهمترین قسمت این رویداد است. [13]

مدیرعامل اسطوره های شرکت اپل، هم از توانایی و قدرت سخنوری و فن بیان خود در سالهای متمادی بهره فراوان گرفت و شاید بیش از هر مدیر ارشد دیگری به برندینگ خود و شرکت اپل کمک شایانی کرد. مدیری که توانایی سخنرانی و فن بیان دارد، صاحب ابزاری است که به راحتی میتواند از آن در راستای بازاریابی رویدادی، استفاده کند [12].

امروزه به دلیل رشد و توسعه روزافزون بستر اینترنت و برجسته شدن شبکه های اجتماعی مانند یوتیوب، اینستاگرام و فیس بوک و ...، بازاریابی دیجیتال یکی از مهمترین استراتژی های بازاریابی شرکتهای خرد و کلان است [14]

در هر سازمانی، مدیران مسئولیت ایفای نقشی بسیار حیاتی را بر عهده دارند. آن ها نه تنها باید بتوانند به صورت کامل و دقیقی برنامه ریزی کنند، بلکه باید بتوانند در کنار این امر، با کارکنان خود ارتباط برقرار کنند و آن ها را به سمت اهدافی که برای سازمان تعیین شده است، هدایت کنند؛ به عبارت دیگر، مدیران نقش مهمی در رونق و پیشرفت سازمان دارند. در این راستا، فن بیان یکی از مهمترین مهارتهایی است که مدیران باید بدانند [9].

فن بیان در مدیریت به معنای توانایی ارتباط و انتقال اطلاعات به صورت واضح و کارآمد است. برای مدیران، این مهارت به دلیل برقراری ارتباطات مستمر با کارکنان، تامین منابع مالی و انسانی، هدایت تیم های کاری و برقراری ارتباط با مشتریان و مشارکت کنندگان بسیار حائز اهمیت است.

برای تقویت فن بیان در مدیران، می توان از روش های مختلفی استفاده کرد. این روش ها عبارتند از [10]:

استفاده از بهترین آموزش ها

برای تقویت فن بیان، مدیران می توانند از دوره های آموزشی خود در این زمینه استفاده کنند. در این دوره ها، روش های تقویت فن بیان ارائه می شود که به مدیران کمک می کند تا با کارکنان، مشتریان و مشارکت کنندگان ارتباط بهتری برقرار کنند و در طول ارتباطات ضمن استفاده از بیان شیوا و روان بتوانند از انواع نمونه ها و مثال ها استفاده کنند.

مشارکت در جلسات گروهی

مدیران می توانند با شرکت در جلسات گروهی و گفتگوهای مختلف، توانایی خود در فن بیان را تقویت کنند. در این جلسات، می توانند از تکنیک های مختلفی مانند بیان دقیق نظرات، پرسش های باز و روان، استفاده از ارائه نمونه ها و مثال ها و ... استفاده کنند.

بررسی نمونه‌های کاربردی فن بیان در مدیریت

مدیران می‌توانند با مشاهده نمونه‌های خوب فن بیان در سازمان‌ها یا حتی در جامعه، توانایی خود را در این زمینه بهبود بخشند. با توجه به روش‌ها و تکنیک‌هایی که افراد موفق در فن بیان خود به کار می‌برند، می‌توانند به سادگی از آن‌ها الگو بگیرند.

تمرین پیوسته و مداوم

یکی از مهم‌ترین تکنیک‌هایی که می‌تواند به تقویت فن بیان مدیران کمک کند، تمرین است. مدیران باید بیشتر سعی کنند در برقراری ارتباط با دیگران، بیان نظرات و دیدگاه‌های خود را با اعتماد بیشتری به نفس به افراد دیگر انتقال دهند. همچنین، باید سعی کنند در بحث‌های گروهی، از زبان بدن خود و همچنین صدای خود برای جذب توجه و انگیزش بیشتر کارکنان استفاده کنند.

۳-۲- پیشینه پژوهش

در این رابطه پیتز دراکر می‌گوید: انسان تصور می‌کند همواره به مقداری فروش نیازمند است؛ اما هدف مارکتینگ این است که فروش را زائد و غیرضروری کند. هدف Marketing شناخت و درک مشتری، به‌گونه‌ای است که محصول یا خدمت تولیدی مناسب مشتری بوده و محصول خود را به فروش برساند. مطلوب چنین است که مارکتینگ، مشتری را برای خرید آماده سازد؛ بنابراین، تنها چیزی که نیاز است در دسترس قرار دادن کالا و خدمت است.

عزیزی فر (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان تأثیر تکنیک‌های بیان و سخنرانی معلم در تدریس دریافت علم، دانش و مهارت خود را به دانش‌آموزان خود منتقل می‌کنند. معلم باید مجهز باشد، مجهز به تکنیک‌هایی که بتواند به طور مفید و مؤثر تدریس و با دانش‌آموزان خود ارتباط برقرار کند.

اکبری و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر ویژگی‌های نقش و عوامل فردی فروشنده بر عملکرد نیروهای فروش: مورد مطالعه نمایندگان بیمه پاسارگاد استان گیلان دریافتند هر یک از عوامل ارزش دوره عمر مشتری، مشتری‌گرایی، ویژگی‌های نقش و درجه انطباق‌پذیری به ترتیب از بیشترین تا کمترین تأثیر را بر عملکرد نیروی فروش در نمایندگان بیمه پاسارگاد دارند. همچنین نتایج پژوهش نشان داد که جنسیت بر رابطه بینارزش دوره عمر مشتری و عملکرد نیروی فروش و رابطه بین مشتری‌گرایی و عملکرد نیروی فروش نقش تعدیل‌کنندگی دارد.

۳- یافته‌های تحقیق

یافته‌های این پژوهش نشان داد که ابعاد فن بیان، از جمله ارتباط بصری، صدا و تن صدا، استفاده از زبان غیر کلامی و توانایی برقراری ارتباط با مخاطبان، تأثیر قابل ملاحظه‌ای در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات دارند. به عنوان مثال، استفاده از یک فن بیان قوی و جذاب می‌تواند باعث افزایش فروش محصولات شود و همچنین موجب بهبود رضایت مشتریان و افزایش اعتماد آن‌ها به شرکت گردد. همچنین، نتایج نشان داد که توانایی در برقراری ارتباط با مخاطبان و استفاده مناسب از زبان غیر کلامی نقش بسزایی در جذب و حفظ مشتریان دارد. در نتیجه، پژوهش حاضر تأثیر قابل توجه فن بیان در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات را تأکید کرده است.

در این مقاله، به تأثیر فن بیان مؤثر در فروش پرداخته شد. به عنوان یک فروشنده، می‌توانید با استفاده از تکنیک‌های بیانی مؤثر مانند استفاده از اصول و تکنیک‌های نوروزیک لاینگوئیستیک، گفتگوی پرسش و پاسخ، ایجاد ارتباط با مشتری و جلب توجه او به محصولات خود، فروش خود را بهبود بخشید. همچنین، با رعایت نکاتی مانند شناخت مشتری، بررسی نیازهای او،

ایجاد ارزش برای او و تبدیل مشتری به یک مشتری همیشگی، می‌توانید رضایت مشتری را بالا برده و فروش خود را بهبود دهید.

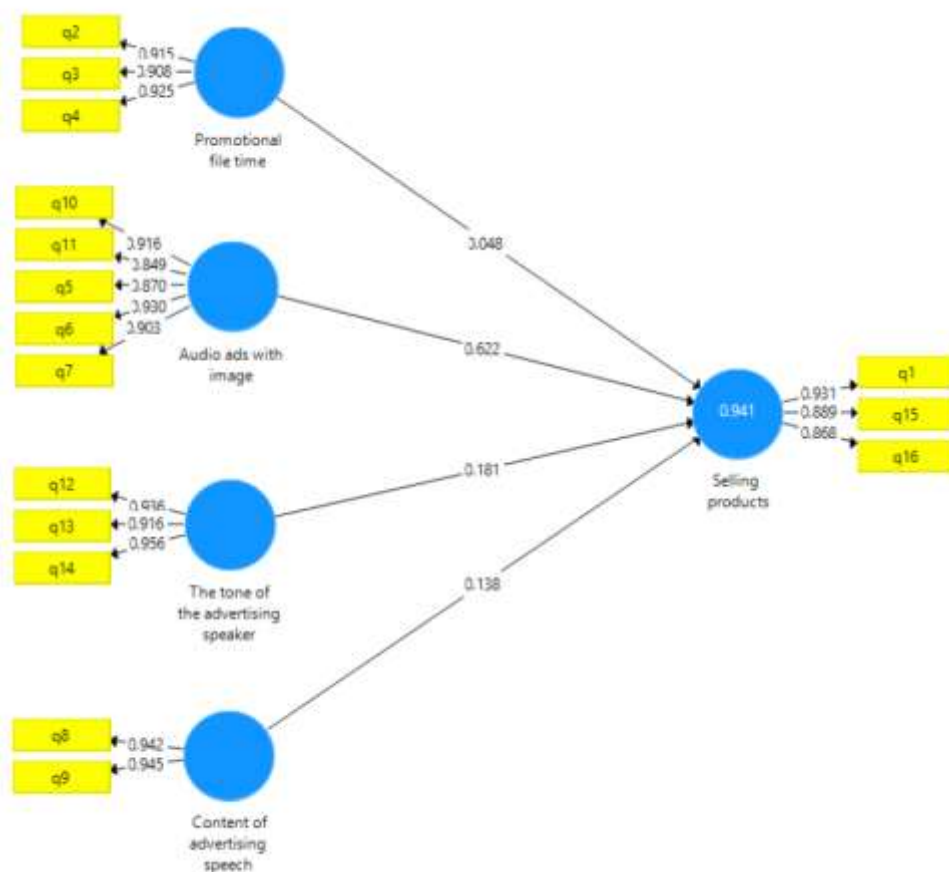
با رعایت این نکات و استفاده از فن بیان مؤثر، می‌توانید مشتریان خود را به مشتریان همیشگی تبدیل کنید و در عین حال فروش خود را بهبود بخشید. یادآوری می‌شود که در تلاش برای تبدیل مشتری به یک مشتری همیشگی، مهمترین عامل، ارائه خدمات و محصولات با کیفیت بالا و قیمت مناسب است.

۱- استفاده از زبان مشتری: برای ارتباط بیشتر با مشتری و جلب توجه وی، بهتر است از زبان و اصطلاحاتی که مشتری درک می‌کند، استفاده کنید.

۲- استفاده از مثال‌ها و تجربیات: با استفاده از مثال‌ها و تجربیات مشابه، می‌توانید به مشتری نشان دهید که چگونه محصول یا خدمات شما به وی کمک خواهد کرد.

۳- ارائه اطلاعات دقیق: با ارائه اطلاعات دقیق و کامل، می‌توانید اعتماد مشتری را به خود جلب کنید و به وی نشان دهید که شما در قبال محصول یا خدمات خود، صادق و شفاف هستید.

۴- ایجاد رابطه مثبت با مشتری: با ایجاد رابطه مثبت با مشتری و نشان دادن اینکه شما به مشتری اهمیت می‌دهید و مشتری در مرکز توجه شما قرار دارد، می‌توانید وی را به مشتری پایدار و همیشگی تبدیل کنید.



نمودار شماره ۳: مدل مفهومی پژوهش

فن بیان یکی از مهارت‌های اساسی در هر حوزه‌ای از زندگی است، از جمله مدیریت کسب و کار و فروش محصولات. توانایی صحبت کردن به شکل مناسب و قابل فهم، تأثیر بسزایی در رونق یک کسب و کار دارد. برخوردهای صحیح با مشتریان، پرسنل و همکاران نقش بسزایی در موفقیت یک شرکت دارد. در این مقاله به بررسی تأثیر ابعاد فن بیان در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات پرداخته خواهد شد.

ابعاد فن بیان شامل عوامل گوناگونی است که تأثیرگذاری آن‌ها در کیفیت صحبت کردن، قابلیت‌های رئالیستیک، پذیرش نظرات دیگران، قابلیت‌های خودافشاگر، قابلیت‌های خودکنترل، تأثیرپذیری به نظرات دیگران، قابلیت‌های سخنوردی منطقی و عقلی است. فن بیان خوب به شما کمک می‌کند تا به خوبی با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید. صحبت کردن به شکل مناسب و قابل فهم باعث افزایش رضایت مشتریان شده و در نهایت باعث رشد فروش شما خواهد شد.

۴- بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله، تأثیر ابعاد فن بیان در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات بررسی شد. نتایج نشان داد که ابعاد فن بیان از جمله قدرت گفتاری، استفاده از زبان بدن و صدا، تأثیر قابل توجهی بر موفقیت در مدیریت کسب و کار و فروش محصولات دارند. به عنوان مثال، استفاده از یک فن بیان قوی و جذاب می‌تواند باعث افزایش فروش و جذب مشتریان جدید شود. همچنین، استفاده صحیح از زبان بدن و صدا نقش مهمی در ارتقای روابط با مشتریان و همکاران دارد. در نتیجه، به منظور بهبود عملکرد کسب و کار و افزایش فروش، توجه به ابعاد فن بیان ضروری است.

برخی از تکنیک‌های بیانی مؤثر در فروش:

- ۱- استفاده از زبان ساده و قابل فهم: برای جذب مخاطبان و افزایش اعتماد آن‌ها، باید از زبانی ساده و قابل فهم استفاده کرد.
- ۲- استفاده از تکرار: استفاده از تکرار در فروش، می‌تواند تأثیر بسیاری در افزایش اعتماد مخاطبان به شما و محصول یا خدماتتان داشته باشد.
- ۳- استفاده از مثال‌های واقعی: برای جذب مخاطبان و افزایش اعتماد آن‌ها، باید از مثال‌های واقعی استفاده کرد.
- ۴- استفاده از صدای مناسب: استفاده از صدای مناسب در فروش، می‌تواند تأثیر بسیاری در جذب مخاطبان داشته باشد.
- ۵- استفاده از زبان بدن مناسب: استفاده از زبان بدن مناسب نیز می‌تواند تأثیر بسیاری در جذب مخاطبان و افزایش اعتماد آن‌ها داشته باشد.
- ۶- استفاده از تصاویر و ویدئوها: استفاده از تصاویر و ویدئوها در فروش، می‌تواند تأثیر بسیاری در جذب مخاطبان داشته باشد.

منابع

۱. آذر، ع، مومنی، م. (۱۳۹۷) آمار و کاربرد آن در مدیریت، تهران، انتشارات سمت
۲. علامه، سیدصادق و اسماعیلیان، مجید، (۱۴۰۰)، ارائه مدل انتشاری برای کالای جدید با در نظر گرفتن تأثیر هم زمان قیمت و تبلیغات. تحقیقات بازاریابی نوین، دوره: ۱۱، شماره: ۱.
۳. اشرف زاده و مهرگان (۱۳۸۷) اقتصاد سنجی پانل دیتا نشر دانشگاه تهران موسسه تحقیقات تعاون
۴. صراف زاده، عبدالحسین و صالح ترکستانی، محمد و لطفی، سامان، (۱۳۹۳)، بررسی امکان استفاده از بیان چهره در جهت دسته بندی مشتریان (مورد مطالعه: صنعت فروش لوازم الکترونیکی در مریوان)، اولین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و فرهنگ ایرانی اسلامی، اردبیل.
۵. رحمانی. یاسمن. قاسمی. حمید. فراهانی. ابوالفضل. (۱۴۰۰). تحلیل محتوای سایتهای فروش اینترنتی محصولات ورزشی. مطالعات بازاریابی ورزشی. ۲(۲). ۱-۲۰.
6. Chiang, K.C.H., Wachtel, G.J. & Zhou, X. (2019). Corporate Social Responsibility and Growth Opportunity: The Case of Real Estate Investment Trusts. *J Bus Ethics* 155, 463–478.
7. Chakkappanthodiyil Namitha & Santhakumar Shijin (2016) Managerial discretion and agency cost in Indian market, *Advances in Accounting* Volume 35, December 2016, Pages 159-169.
8. Cheng-Han Wu (2016) Collaboration and sharing mechanisms in improving corporate social responsibility (csr) *Central European Journal of Operations Research* volume 24, pages 681–707.
9. Tsoutsoura, Margarita. (2004). Corporate social responsibility and financial performance. University of California at Berkeley, financial project.
10. Waddock, S., Bodwell, C. and Graves, S. (2002). Responsibility: The new business imperative. *The Academy of Management Executive*, 16(2): 132-147
11. San-José, L. A., Sicilia, J., & Abdul-Jalbar, B. (2021). Optimal policy for an inventory system with demand dependent on price, time and frequency of advertisement. *Computers & Operations Research*, 128, 105169.
12. Purey, N. (2016). Consumers' perception towards different modes of advertisement: A comparative study. *Prestige e-Journal of Management and Research*, 3(2), 1-13.
13. Kim, S., & Choi, S. M. (2014). Is corporate advertising effective in a crisis? The effects of crisis type and evaluative tone of news coverage. *Journal of Promotion Management*, 20(2), 97-114.
14. Raji, R. A., Rashid, S., & Ishak, S. (2019). The mediating effect of brand image on the relationships between social media advertising content, sales promotion content and behavioural intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*.

Investigating the impact of the dimensions of expression in business management and product sales

Mohammad Sadegh Torkman

Bachelor student, business management, MBA, Azad University, Tehran, Iran.

Abstract

This article examines the impact of the dimensions of expression in business management and product sales. The dimensions of the expression technique include elements such as speed, honesty, power of speaking and persuasion. Expression refers to the ability to convey thoughts, feelings, and information in an appropriate and effective way. A person with strong communication skills will be able to attract the attention of the audience, convey their messages fluently and effectively, and create a deeper connection with the audience. With the technique of expression, you can make your message more memorable and leave a significant impact on the minds of others. If you intend to grow your business and you want to become a powerful and skilled salesperson, you need to carefully learn how to interact and express yourself in business. One of the methods of creating effective communication with customers in marketing and advertising is the correct use of words and expression techniques in advertising. Correct marketing and advertising help to form an acceptable feeling about the product in the customer's mind. So that the mentality of the customer is encouraged before buying and experiencing the use of that product. Transformational advertising method also describes how to communicate with customers. with the difference that the expression technique is used in a way that makes the experience of using the product beautiful. The descriptive-applied research method and the statistical population of this research include all the managers and employees of the sales department of an industrial products company, which according to the statistics of this company, there are 48 people, of which 20 people were selected through available sampling. The results of the research indicate the existence of a direct relationship between organizational components, technology and knowledge management from the dimensions of customer relationship management with customer satisfaction and business and sales improvement. Also, the results of this research show that the use of appropriate expression techniques in business management and product sales has a significant effect on improving performance and increasing sales. In addition, the role of these dimensions in attracting new customers and maintaining old customers is also very important. Finally, the current research has come to the conclusion that paying attention to the dimensions of the expression technique at the organization level and teaching it to employees can lead to improving business performance and increasing profitability.

Keywords: Customer relationship management, customer satisfaction, art expression, business management, sales management
