

قیمت ترجیحین
و اسطوخودوس رو
ببرم بالا اوستا!

مگه نمی بینی
دلار پس فردایی هرات
و مظنه نقره دیروزی
کشیده بالا؟
پس باید چی کار کنی؟

کارتون: شهرام شیرزادی

در محضر تجربیات یک فروشنده هممه چی

کیرک (۱۲)

عبید ما کارانی

با توجه به رشد بی سابقه قیمت دلار (خودمونیم، همچین بی سابقه هم نیست. از وقتی ما یادمون می آد. این دلار لامصب هی رشد می کرد. هی رشد می کرد...) و به دنبال آن افزایش کم سابقه تورم (این دفعه دیگه گفتیم یه کمی سابقه داشته) و همچنین گرانی با سابقه همه چیز (گرونی دیگه کاملا سابقه داره) سری زدیم به دفتر خاطرات یک فروشنده عمده همه چی تا ببینیم درباره قیمت اجناس چه چیزهایی گفته است. همه چی یعنی چی؟ یعنی این فرد هر چیزی که شما فکرش را بکنید (و حتی فکرش را نکنید) می فروشد.

قیمت الان... یا الان

یکی از نماینده های فروش زنگ زد که توی فروشگاه دعوا شده و مردم می گن این جنس رو دیروز یه قیمت خریدیم، الان چرا گرون تر می فروشین. گفتم بهشون بگو مگه سلولای دیروز بدن شما همین سلولای امروز بدنتون هستن؟ همه دنیا در حال تغییر و تحول، چرا قیمتای ما باید ثابت بمونن؟ بعد که گوشه رو قطع کردم، خودم چند دقیقه به این استدلالم فکر کردم. کف کردم. آگه همه چی فروش و بازیگر نمی شدم، حتما می رفتم فیلسوف می شدم.

فقط به قیمت روز

چندتا از نماینده های شرکت تماس گرفتن و پرسیدن با این نوسان قیمتا، چطوری روی اجناس قیمت بذاریم. یعنی اینا هنوز از مفاهیم بدیهی اقتصاد هم بی خبرن. نوسان یعنی بالا و پایین شدن. الان مگه ما نوسان قیمت داریم؟ ما فقط افزایش قیمت داریم. گفتم همه چیز رو به قیمت روز باید بفروشین. گفتن آخه... مثل فیلما پریدم وسط حرفشون و گفتم آخه نداره. انصافا منم بازیگری م بد نیست. آگه همه چی فروش نمی شدم، حتما می رفتم هنرپیشه می شدم.

امان از این اینترنت

یکی از فروشنده هامون سؤال خوبی کرد. گفت آگه مشتری بپرسه چرا شما دارین گرون تر از قیمت روی بسته بندی جنس می دین، چی بگیم. کمی فکر کردم و با درایت خاصی پاسخ دادم: اول بهش بگین دستگاه قیمت زنی کارخونه خراب بوده. آگه باور نکرد، بگین این قیمت خریده. آگه باز هم اصرار داشت، بگین بیا فاکتور خرید رو بهت نشون بدم. بعد ببرینش پای صندوق و توی سیستم الکی چندتا دکمه بزنین، بعد بگین «آگه هی... اینترنت قطعه... آگه وقت دارین، تشریف داشته باشین تا وصل بشه» که خب قطعا مردم این روزا جمله «اینترنت قطعه» رو بشنون، از خود بیخود می شن و چیز دیگه ای براشون مهم نیست. این هم از این. باز هی بگین قطعی اینترنت بده! با این هوشم باید مسئول می شدم.

حق با مشتری است، اما...

نماینده ها شاکی شدن که هرروز باید با مشتری سروکله بزنین برای قیمت قدیم و جدید. چندتا ترند بهشون یاد دادم تا این بهانه ها رو به مشتری ها بگن. اول اینکه دلار داره می ره بالا. آگه مشتری گفت جنس شما ربطی به دلار نداره، باید بگن الان همه چی به دلار ربط داره، حتی پشگل گوسفندا، چون بلبرینگ چرخ فرغونی که برای گوسفندا علف می بریم هم با دلار گرون می شه. آگه گفتن دلار توی این چند روز گرون نشده، باید بهشون بگن که فعلا فنرش دررفته. آگه فنر قیمت دلار دربره، همه این ارزونیا رو جبران می کنه. آگه مشتری خیلی بدپيله بود و دوباره گفت ولی دیروز همین جنس رو ارزون تر خریدیم، باید بچه هامون بهش بگن که ولی ما مجبوریم فردا این جنس رو گرون تر بخریم. آگه دیگه مشتری خیلی ول نکن بود و هنوز داشت غر می زد، دیگه بچه ها باید زور بزنین و چند قطره اشک بیان توی چشماشون و بگن شما حق دارین، ولی قیمتا دست ما نیست. این دیگه حربه آخره که نباید به این راحتی خرجش کرد.

۵

۱۳ اردیبهشت ۱۴۰۵ / شماره ۱۷۰

پنجاه

بعدا اصلاح کنید

اگر بعد از چند ساعت معلوم شد خبر اشتباه بوده است، اصلا نگران نباشید. کافی است خیلی آرام بنویسید: «ظاهرا خبر قبلی کاملا دقیق نبوده». این طوری ضمن اینکه هنوز از مواضع خودتان پایین نیامده اید، تکذیب هم کرده اید. البته معمولا دیگر کسی حوصله ندارد آن اصلاحیه را بخواند، چون تا آن موقع چند شایعه تازه تر در راه است.

هشدار بدهید

اگر خبر کمی ترسناک بود، حتما آن را با جمله هایی مثل «تا دیر نشده بفرستین برای بقیه» یا «اطلاع رسانی حداکثری!» همراه کنید. این روش باعث می شود حتی کسانی که شک دارند هم نتوانند در برابر وسوسه فورواردر کردن مقاومت کنند.

تحلیل کنید

بعد از انتشار خبر، نوبت تحلیل است. تحلیل ها را که دیگر حتما از رسانه های آن وری بگیرید؛ آخر حتی اگر خبر فقط یک جمله باشد، آن ها می توانند از آن چند سناریو پیچیده استخراج کنند. مثلا با اشاره به «دوستی که در فلان منطقه آشنا دارد»، توضیح بدهند که ماجرا خیلی بزرگ تر از چیزی است که بقیه فکر می کنند. این کار باعث می شود احساس کنید در یک اتاق فکر بسیار حرفه ای حضور دارید.

