

NR 3 (45) MAJ-CZERWIEC 2023

SPIS TREŚCI

CENTRUM SPRZEDAŻY

- 3 · To warto przeczytać

FELIETON

- 4 · Opór w zarządzaniu zmianą
Patrycja Dorsz vel Drożdż

TEMAT NUMERU

- 6 · Dlaczego sprzedaż nie rośnie, skoro mamy tyle konwersji?
Witold Wrodarczyk

- 10 · Premie dla działu sprzedaży – jak zbudować system, który motywuje i zwiększa zyski?
Maciej Wojtczak, Sebastian Woźniak

- 14 · TOP 6 sposobów na skuteczne motywowanie sił sprzedaży dzięki grywalizacji
Piotr Maciejewski

- 18 · PR dźwignią handlu? Sprawdzone praktyki
Ewelina Salwuk-Marko

- 22 · „Ciśnij, ciśnij, ciśnij” już nie działa
Marta Olesiak

NARZĘDZIA WSPIERAJĄCE SPRZEDAŻ

- 25 · Siedem kroków do skutecznego spotkania sprzedażowego
Magdalena Siennicka

- 30 · Doświadczenie na wagę lojalności
Justyna Klimuk

- 34 · Konwersja w B2B: marketing a sprzedaż
Anna Bereza, Marta Michałowska

- 38 · Automatyzacja pracy w zespole sprzedaży B2B? Poznaj sprawdzone narzędzia
Małga Grzegorzewska

- 42 · Sales Force Automation – recepta na poprawę efektywności i wzrosty sprzedaży

Grzegorz Dembicki

STREFA SZEFA

- 46 · Klienci nie kochają handlowców, ale potrzebują ich jak nigdy!
Grzegorz Barszcz

- 50 · Autentyczność czy brawura? Rola odwagi w budowaniu marki osobistej
Marta Uczciwek

- 52 · Kampania sprzedażowa poprzez kursy online – trzy metody, które działają
Magdalena Pawłowska

- 56 · Jak motywować i rozwijać zespół?
Joanna Gacek-Sroka

E-COMMERCE

- 59 · TOP 10 sposobów na wykorzystanie AI w e-commerce
Katarzyna Kapelczak

CASE STUDY

- 63 · Polskie e-sklepy na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej
Michał Misiewicz

- 65 · Nowe trendy w m-commerce
Daniel Malinowski

MARKETING

- 67 · Zrozumieć myślenie klienta – analiza ścieżki zakupowej
Sylwia Krysik-Myśliwiec

E-COMMERCE

- 70 · Boty w centrach obsługi – nieuchronna ekspansja?
Krzysztof Lewiński

- 72 · Nowa fala przedsiębiorców w e-commerce?
Artur Halik