

NR 5 (35) WRZESIEŃ-PAŹDZIERNIK 2021

SPIS TREŚCI

CENTRUM SPRZEDAŻY

3 · To warto przeczytać

FELIETON

4 · „Układ nagrody” na zakupach – zanim pomyślisz, już chcesz to mieć
Tomasz Sędzimir

MATERIAŁ PARTNERA

6 · Prestiżowe sale VIP, opieka ekspertów i SPA na wyciągnięcie ręki.
Zorganizuj luksusowe spotkanie biznesowe
w Centrum Konferencyjnym Bania

TEMAT NUMERU

8 · Plany vs. realizacja, czyli jak nie znokautować samego siebie
już na starcie
Katarzyna Tatarkiewicz

10 · Trzy trendy w sprzedaży na rok 2022, które już teraz warto
uwzględnić
Piotr Kruk

13 · Siedem życzeń na Twój najlepszy sprzedażowo 2022 rok
Paweł Muzyczyszyn

16 · Sprzedaż w 2022 r. na rosnącym rynku a rozwój kompetencji
handlowca
Szymon Lach

19 · Planowanie kwot sprzedażowych handlowców – czy da się
połączyć wodę z ogniem?
Tadeusz Woronowicz

22 · Elastyczny plan sprzedaży na rok 2022
Ewa Piotrowska

25 · Jak zaplanować budżet na bieżące działania e-commerce?
Bartosz Piłch

27 · Jak planować realizację celów sprzedażowych w 2022 r.?
Maciej Sasin

29 · Budowa modelu prognozowania sprzedażowego – od czego zacząć?
Wiktor Rymarz

32 · Anatomia sklepu odnoszącego sukcesy
Dominika Maciejak

POZYSKIWANIE KLIENTA

34 · Handlowiec jako ekspert, czyli jak sprzedawać wiedzę?
Sandra Kluza, Daria Kwapich

38 · Bez presji – czyli zaproszenie klienta do współkreowania rozwiązań
Patrycja Dorsz vel Drożdż

41 · Sprzedajesz przez telefon? Wykorzystaj siłę marketingu
internetowego!
Michał Białobrzeski

MATERIAŁ PARTNERA

43 · Internet zmienił sprzedaż – a co z ludźmi? Odpowiada Mark Roberge

NARZĘDZIA WSPIERAJĄCE

45 · Jak wykorzystać event marketing w sprzedaży?
Dariusz Jaszcz

49 · Spotkanie handlowe, które sprzedaje
Monika Bartkowiak

52 · Nie zgaduj, zapytaj – customer feedback elementem
strategii sprzedaży
Magdalena Kulpa

STREFA SZEFA

55 · Rehabilitacja po COVID dla biznesu
Merfan Dehmani

57 · Jak zaplanować rozwój handlowców w 2022 r.?
Katarzyna Muzyczyszyn

60 · Jak zdobyć odwagę na zmiany w swoim życiu zawodowym?
Małgorzata Warda

MARKETING

63 · Zrównoważony rozwój, czyli właściwie jaki?
Marta Michałowska

66 · Reklama szyta na miarę klienta
Łukasz Hodorowicz

MATERIAŁ PARTNERA

69 · Nagrody, które działają naprawdę. Vouchery na przeżycia
w programie wsparcia sprzedaży. Case study Unilink

ZAPYTAJ SPECJALISTĘ

71 · Ekologia w sprzedaży – trend czy świadomość potrzeby zmian?
Agata Drynko