

NR 2 (32) MARZEC-KWIECIEŃ 2021

# SPIS TREŚCI

## #CENTRUM SPRZEDAŻY

- 3 · To warto przeczytać

## #FELIETON

- 4 · Skończmy z tym „zamykaniem sprzedaży” w B2B

Grzegorz Miecznikowski

## #TEMAT NUMERU

- 8 · Jak zbudować skuteczną strategię sprzedaży dzięki umiejętności zadawania odpowiednich pytań

Katarzyna Mońka

- 10 · Autorski model EKO sprzedaży i jego wsparcie w zrozumieniu decyzji zakupowych klienta

Maciej Sasin

- 13 · Buyer Journey – czyli jak skutecznie podążać ścieżką zakupową klienta, żeby doprowadzić go do sprzedaży?

Sandra Kluza, Daria Kwapich

- 17 · Dbanie o potrzeby klienta jako jeden z kluczowych elementów zapewniających wzrost sprzedaży

Julia Pucek

- 21 · Sprawdzone techniki finalizowania sprzedaży i ich wykorzystanie w praktyce

Wiktoria Chmura-Dończyk

- 26 · Jakie elementy musisz wziąć pod uwagę, zanim rozpoczniesz etap finalizowania procesu zakupowego

Paweł Muzyczyszyn

## #SKUTECZNA SPRZEDAŻ I WIZERUNEK

- 32 · Twój pierwszy raz z... e-commerce, czyli co trzeba wiedzieć, rozpoczynając sprzedaż w sieci

Marcin Staniszewski

- 36 · Jak rozwinąć biznes od zera i zdobyć pierwszych klientów? Etapy lejką sprzedażowego krok po kroku

Bartosz Langa

- 39 · O zwiadowcach i badaczach w sprzedaży, czyli jak przygotować się do procesu pozyskiwania klientów

Dominika Maciejak

- 43 · Jak zredukować presję cenową podczas negocjacji B2B w pandemii? Analiza przypadku

Małgorzata Warda

## #STREFA SZEFA

- 47 · Jak wzmocnić tradycyjny kanał sprzedaży poprzez działania w sieci w siedmiu krokach

Katarzyna Kseniuk

- 49 · Negocjuj bez obniżania cen. Modele tworzenia ceny, która przyciągnie klienta

Ewa Piotrowska

## #SPRZEDAŻ NA SZPILKACH

- 52 · Wielopokoleniowość w sprzedaży: jak komunikować się z klientami w różnym wieku?

Katarzyna Muzyczyszyn

## #MARKETING

- 55 · Sześć przełączników skutecznej kampanii marketingowej

Łukasz Hodorowicz

- 60 · (Mobilne) Programy lojalnościowe krok po kroku, czyli jak ważne są takie procesy, jak onboarding czy gamifikacja

Marta Michałowska

## #ZAPYTAJ SPECJALISTĘ

- 64 · Jak osiągnąć porozumienie, wykorzystując filary tożsamości negocjacyjnej

Patrycja Dorsz vel Drożdż

- 66 · Tym, co determinuje osiągnięcie celu, jest przede wszystkim świadomość celu i wytrwałość – rozmowa z Adamem Stolarzewiczem

Joanna Szmatała

- 70 · Nowe kontakty handlowe to siła napędowa rozwoju – rozmowa ze Sławomirem Ziemskim

Joanna Szmatała