

NR 6 (30) LISTOPAD-GRUDZIEŃ 2020

# SPIS TREŚCI

## #CENTRUM SPRZEDAŻY

3 · To warto przeczytać

## #TEMAT NUMERU

4 · Zawalcz o podstawy

Wiktor Rymarz

5 · Jak i kiedy wpływać na decyzje klientów, czyli o sile przyzwyczajenia

Łukasz hodorowicz

8 · Telesprzedaż wraca do łask?

Wiktoria Chmura-Dończyk

11 · Jak zwiększyć sprzedaż dzięki metodom pobudzania kreatywności w zespołach sprzedażowych

Dominika Maciejak

15 · Rozwój biznesu w sieci – pora także na Twoją firmę

Daniel Sierocki

19 · Czy zawsze warto się skupiać na każdym kliencie?

Tadeusz Woronowicz

22 · Grywalizacja a lojalność w biznesie

Izabela Nasiłowska-Włodarek, Agata Gredźuk

24 · Zmniejsz budżet na prezenty świąteczne, zwiększając efekt wow u partnerów/kontrahentów/pracowników

Bartosz Langa

28 · Jak przygotować się do współpracy online z kontrahentem B2B?

Małgorzata Warda

30 · Sprzedaż online materiałów budowlanych w czasie pandemii

Bartosz Pilch

## #SKUTECZNA SPRZEDAŻ I WIZERUNEK

32 · Key Performance Indicators – narzędzia skutecznego handlowca

Monika Bartkowiak

35 · Metodologia Lean – pięć korzyści, które ułatwią pracę szefa sprzedaży

Gabriela Silarow, Gabriela Zawadzka

41 · Nowe sprzedażowe rozdanie – przygotuj się już dziś

Paweł Muzyczyszyn

45 · Siedem punktów zwiększających szansę na sukces programu wsparcia sprzedaży

Olga Pruszkowska

48 · „Ujawnianie siebie” w procesie sprzedaży

Tomasz Sędzimir

51 · Jak wykorzystać działania marketingowe w sprzedaży?

Magdalena Kulpa

## #STREFA SZEFA

54 · Jak radzić sobie podczas drugiej fali koronawirusa?

Merlan dehmani

57 · Jak zrozumieć ból klienta i przeprowadzić go przez analizę potrzeb, aby złożyć dedykowaną ofertę?

Ewa Piotrowska

## #RECENZJA KSIĄŻKI

60 · Barbara Piasek, Marek Piasek, Michał Lidzbarski, Damian Myśliwi  
*Jak sprzedawać kursy*

3 · Artur Jabłoński, Marek Piasek *Zrozumieć marketing*

## #MARKETING

62 · O błędach poznawczych i heurystykach w pracy marketera (cz. 2)

Marta Michałowska

67 · Komunikacja z klientem w trudnych czasach. Jak wykorzystać moc słowa do zwiększenia sprzedaży?

Sandra Kluza, Daria Kwapich

## #SPRZEDAŻ NA SZPIŁKACH

74 · Czy sprzedaż potrzebuje więcej kobiet?

Katarzyna Muzyczyszyn

## #ZAPYTAJ SPECJALISTĘ

76 · Główne zasady w sprzedaży są takie same, niezależnie od branży – wywiad z Barbarą Piasek

Joanna Szymała

## #FELIETON

82 · Paradoks obiektywności, czyli jak wchodzimy w iluzję racjonalizacji

Tomasz Sędzimir