

NR 6 (24) LISTOPAD-GRUDZIEŃ 2019

SPIS TREŚCI

#CENTRUM SPRZEDAŻY

- 2 · Tu warto być
- 3 · To warto przeczytać

#FELIETON

- 5 · Czy wkrótce wszyscy stracimy pracę, bo zastąpią nas maszyny?
Marek Piasek

#TEMAT NUMERU

- 6 · Żeby chciało się... chcieć!
Dagmara Pakulska
- 9 · Siedem obaw handlowców przed transformacją cyfrową
Arkadiusz Siechowicz
- 11 · Narzędzia nowoczesnego sprzedawcy, o których nawet nie pomyślałeś
Agata Chmielewska
- 14 · *Design thinking* – stymulator konkurencyjności
Marcin Leśniewski
- 16 · Personalizacja czy automatyzacja? Marketing treści w e-commerce
Sandra Kluza, Daria Kwapich
- 19 · Jak zwiększać sprzedaż w aplikacjach mobilnych? Pięć metod, które działają
Gabriela Chudoba
- 22 · Punkty styku, czyli jak „zidentyfikować” sprzedaż
Maciej Młynek
- 25 · Czy sprzedawca powinien bać się automatyzacji?
Olgięrd Sroczyński
- 28 · Kiedy młodość kreuje innowację
Piotr Grychtol
- 30 · Jak wykorzystać potencjał Instagrama w skutecznej sprzedaży
Angelika Dąbek

#FELIETON

- 34 · Mistrzostwo w sprzedaży to... marzenie!
Marek Skąła

#SKUTECZNA SPRZEDAŻ & WIZERUNEK

- 36 · Od krótkiej wiadomości SMS do finalnej sprzedaży
Barbara Piasek
- 39 · Po co handlowcowi poczucie własnej wartości?
Marta Bober-Lal

- 40 · Spełniony handlowiec kluczem do zadowolonego klienta
Paweł Muzyczyszyn

- 44 · Pożeracz czasu kontra efektywne planowanie
Małgorzata Warda

- 47 · Kod sukcesu w biznesie
Tomasz Gordon

#FELIETON

- 49 · Przełam pierwsze lody! Sposoby na sprzedaż dla mniej śmiałych
Grzegorz Miecznikowski

#OKIEM PRAKTYKA & KONSUMENTA

- 51 · Uwiedz akcjonariusza
Monika Czaplicka
- 54 · Skutecznie reklamuj produkty w Google za pomocą usług CSS
Bartosz Ferenc, Nina Pawelec
- 59 · *Be agile* w sprzedaży – kolejny buzzword czy konieczność?
Tadeusz Woronowicz
- 62 · Jakie premie i konkursy sprzedażowe dla handlowców działają?
Jakub Urbaniak
- 64 · Manager ma czas – 18 pułapek czasowych w pracy szefa
Elżbieta Sawczuk
- 67 · Jak wybrać system ERP dla branży handlowej w 10 krokach?
Tomasz Brzezicki

#FELIETON

- 70 · Gdzie są lojalni klienci firm Thomas Cook i Neckermann?
Rafał Mróz

#SPRZEDAŻ NA SZPILKACH

- 72 · Kobięca moc(na) sprzedaż
Monika Bartkowiak
- 75 · Czy kompetencje miękkie przyniosą kobietom ekonomiczny awans?
Marta Cała-Sturzbecher
- 78 · Sklep internetowy – zawodowy re-start dla mam
Oliwia Tomalik

#ZAPYTAJ SPECJALISTĘ

- 80 · Omnichannel to sprzedaż oparta na podążaniu za klientem
Agnieszka Zwolan

#FELIETON

- 83 · Nowoczesny klient w świecie nowoczesnej sprzedaży
Adrian Berliński