

# SPIIS TREŚCI

|                                                |          |
|------------------------------------------------|----------|
| <b>Wprowadzenie. Tak, stać cię na to .....</b> | <b>7</b> |
|------------------------------------------------|----------|

## **Część I. Wróć na dobre tory**

|                                                                           |           |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Rozdział 1. Dołącz do pesymistów .....</b>                             | <b>19</b> |
| Przeskok z drogi „większości” na „własną” .....                           | 22        |
| Wymówki, którymi się karmimy .....                                        | 37        |
| Nikt ci nie pomoże. Zniechęca cię to? A może wręcz przeciwnie? .....      | 43        |
| <b>Rozdział 2. Czego ci trzeba, czyli dlaczego chęci to za mało .....</b> | <b>45</b> |
| Fundament: czas, w jakim żyjesz najczęściej .....                         | 48        |
| Fundament: zegar biologiczny .....                                        | 51        |
| Fundament: CliftonStrengths .....                                         | 54        |
| Fundament: typ osobowości według MBTI .....                               | 55        |
| Twoja automotywacja i wizja .....                                         | 62        |
| Sztuka planowania .....                                                   | 73        |
| Co powoduje zmianę zachowania? .....                                      | 77        |
| <b>Rozdział 3. Dobrze naoliwiona maszyna .....</b>                        | <b>87</b> |
| Ostatni fundament: twoja produktywność .....                              | 89        |
| Praca głęboka, zarządzanie uwagą i łapanie stanu flow .....               | 97        |
| Nawyki, czyli twoje paliwo .....                                          | 105       |

## Część II. Gotowy? To do roboty!

|                                                                             |            |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Rozdział 4. Czym się zająć i kiedy? .....</b>                            | <b>123</b> |
| Jak Creative Tim pozyskuje klientów? .....                                  | 125        |
| Kolejne elementy strategii budowania sprzedaży .....                        | 126        |
| Cyfrowe produkty – nie tak łatwo, jak się wydaje .....                      | 128        |
| Poznaj swojego klienta .....                                                | 139        |
| Czym jest najlepsza najbliższa alternatywa? .....                           | 142        |
| Siła procentu składanego – dlaczego go potrzebujesz? .....                  | 161        |
| <b>Rozdział 5. Najpierw społeczność, potem produkt. Lub odwrotnie .....</b> | <b>163</b> |
| Przed dużym sukcesem była społeczność .....                                 | 165        |
| Najpierw jajko, potem kura? A może na odwrót? .....                         | 166        |
| Co wartościowego możesz stworzyć? .....                                     | 169        |
| Narzędziownik dla początkującego przedsiębiorcy .....                       | 177        |
| Wystarczy ok. 1000 osób .....                                               | 181        |
| Nie rezygnuj .....                                                          | 190        |
| <b>Rozdział 6. Sprzedaż przez zaufanie .....</b>                            | <b>193</b> |
| Pierwszy rozdział i budowanie zaangażowania .....                           | 195        |
| Premiera i informacje o dostępnych wersjach .....                           | 196        |
| Czy to przepis na sukces? .....                                             | 198        |
| Co ci pozostało? .....                                                      | 202        |
| Stwórz strategię marketingową .....                                         | 202        |
| Lejek, czyli od początku do końca .....                                     | 208        |
| Stwórz profile swoich klientów .....                                        | 212        |
| Polecane metody działań i narzędzia .....                                   | 217        |
| Nie zapomnij o Google AdWords .....                                         | 253        |
| Dwie praktyki kluczowe dla sprzedaży .....                                  | 254        |
| Unikaj obniżania cen i powodzenia! .....                                    | 257        |

## **Dodatki**

|                                                     |            |
|-----------------------------------------------------|------------|
| <b>Dodatek 1. Kilka pytań i odpowiedzi .....</b>    | <b>263</b> |
| Trochę dodatkowej motywacji .....                   | 266        |
| Zachęcam do kontaktu .....                          | 268        |
| <b>Dodatek 2. Mindset .....</b>                     | <b>269</b> |
| Mindset, czyli zasady, jakie zebrałem w życiu ..... | 270        |
| <b>Bibliografia .....</b>                           | <b>291</b> |