

Spis treści

SŁOWO WSTĘPNE VII

PODZIĘKOWANIA XI

WPROWADZENIE XIII

CZĘŚĆ I

Wzór na zatrudnienie w sprzedaży

Rozdział 1. Określenie cech dobrego sprzedawcy 3

Rozdział 2. Pięć cech doskonałych sprzedawców i jak je zidentyfikować podczas rozmowy o pracę 11

Rozdział 3. Znajdowanie najlepszych sprzedawców 23

Rozdział 4. Idealny pierwszy członek zespołu sprzedaży 33

CZĘŚĆ II

Wzór na szkolenie sprzedażowe

Rozdział 5. Opracowanie przewidywalnego programu szkoleń sprzedażowych 43

Rozdział 6. Jak wyszkolić sprzedawców, którym zaufają klienci 55

CZĘŚĆ III

Wzór na zarządzanie sprzedażą

Rozdział 7. Coaching sprzedażowy oparty na wskaźnikach 65

Rozdział 8. Motywowanie sprzedawców za pomocą systemu wynagrodzeń i konkursów 79

Rozdział 9. Rozwój liderów sprzedaży - korzyści kultury awansów wewnętrznych 93

CZĘŚĆ IV

Wzór na generowanie popytu

Rozdział 10. Odwróć wzór na generowanie popytu - daj się znaleźć klientom 107

Rozdział 11. Jak przekształcić zainteresowanie w przychody 121

Rozdział 12. Synchronizacja współpracy między działem sprzedaży a działem marketingu - umowa o standard usług 141

CZĘŚĆ V

Technologia i eksperymenty

Rozdział 13. Technologia wspierająca proces sprzedaży 155

Rozdział 14. Udana eksperymenty sprzedażowe 167

Rozdział 15. Najbardziej udane eksperymenty sprzedażowe w HubSpot 173

Rozdział 16. Wnioski: co dalej? 181

INDEKS 185