



salesangels

Największa społeczność ludzi sprzedaży w Polsce

#SprzedawanieToPomaganie



Spotykamy się, aby..

1. Rozwijać **kompetencje** handlowe
2. **Uczyć się** sprzedaży od najlepszych ekspertów
3. **Inspirować się** pomysłami na rozwój sprzedaży
4. **Poznawać** nowych, ciekawych ludzi
5. **Podnosić** swoją **wartość** na rynku pracy

Marcin Grela



Twórca społeczności Sales Angels

Headhunter pracowników działu sprzedaży



SALES ANGELS W LICZBACH



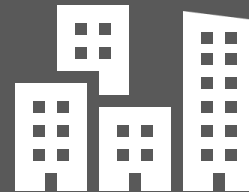
5 009

osób uczestniczyło
w spotkaniach
Sales Angels



54

ekspertów sprzedaży
wystąpiło dla Sales Angels



4

miasta
Warszawa, Katowice,
Gdańsk, Poznań



8,66

wynosi średnia ocena
wartości spotkania,
skala 1-10

wrzesień 2019

**„Sprzedaż okiem zakupów.
Czyli dlaczego kupcy nie chcą
negocjować?”**

Adam Bernacki

Ocena: 9,58





24 października 2019

Warsztat z Adamem Bernackim

**„Efektywne zarządzanie
sprzedażą”**

Inwestycja 975 zł netto
SalesAngels@4Results.pl



Najwyższe oceny w 2019 roku



Tomasz Zieliński

Dlaczego „wiem lepiej” w sprzedaży się nie opłaca?

Ocena:
9,82



Adam Bernacki

„Sprzedaż okiem zakupów. Czyli dlaczego kupcy nie chcą negocjować?”

Ocena:
9,58



Jurek Zientkowski

„Wystąpienia publiczne
w pracy handlowca”



Gosia Czernecka

„Zarządzaj własną energią,
a nie czasem!”

Ocena:
8,50

październik 2019

„Jak połączyć strategię online i offline w procesie pozyskiwania klienta?”

Barbara Piasek



Jak połączyć strategię online i offline w procesie pozyskiwania klienta?

evenea

Prowadzący

Basia Piasek

CEO Evenea, założyciel: Wolves Summit, See Bloggers,
Festiwal Kobiet Internetu



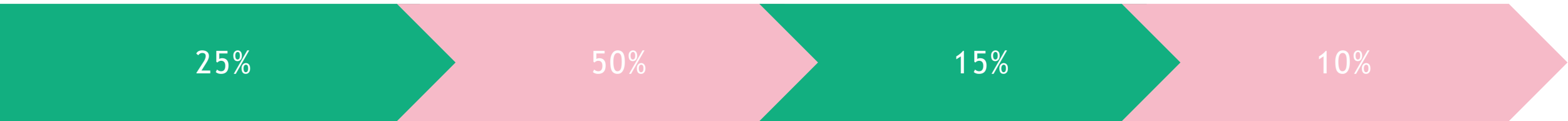
Proces sprzedaży - jak marketing powinien wspierać sprzedaż



Twoje 100% dobrze określonej grupy docelowej

- 3% szuka i jest gotowa kupić od razu
- 7% nie szuka ale wystarczy mały impuls
- 30% wydaje im się, że to nie jest dla nich - nie mają wystarczająco danych
- 30% wiedzą, że to nie jest dla nich - mają często błędne przekonania do zmiany
- 30% są przekonani, że to nie jest dla nich - musi się zmienić “paradygmat”
np. zmiana strategii, zarządy potencjalnego klienta etc.

Pozyskanie kontaktu i utrzymanie relacji z marketingiem



- artykuły (LSMP)
- krótkie video
- quizy
- ask campaign
- blog posty

- formularze kontaktowe
- webinarzy
- ebooki
- video edukacyjne (x3 na LP)
- chatboty

- świadomość marki
- follow up -jestem tu pamiętam o Tobie
- dawaj dalej wartość

- **SPRZEDAŻ**

Zbuduj zaufanie dopiero potem zaproś do kupna.

Kanały sprzedaży wspierające sprzedaż 1-1

Cena produktu/ Kanał	do 1000 zł	1001 - 2000 zł	2001 - 7.000 zł	powyżej 7.000 zł
Lejki marketingowe i automatyzacja	tak	tak/ doprowadzenie do rozmowy	doprowadzenie do rozmowy	doprowadzenie do rozmowy
Webinary (szkolenia online)	tak	tak/ doprowadzenie do rozmowy	doprowadzenie do rozmowy	doprowadzenie do rozmowy
Wydarzenia offline	tak - sprzedaż na sali	tak - sprzedaż na sali	tak - sprzedaż na sali	tak - zapis na rozmowę

Zaprojektuj tańsze produkty na froncie (początek lejka), dzięki którym przygotowujesz klienta do produktów droższych i obsługi 1-1.

Pozyskanie kontaktu bez marketingu

Zaczynaj zawsze od najszybszej ścieżki:

- dotarcie przez sieć kontaktów
- rekomendacje proaktywnie zbierane
- zimny kontakt email
- media społecznościowe (głównie LinkedIn, czasem Facebook)
- wydarzenia organizowane przez innych
- wydarzenia własne (połącz z content marketingiem)
- partnerstwa
- telefon na dostępne numery z sieci / strony internetowej

Wydarzenia własne pod pozyskanie klienta

Sprzedaż o wysokich wartościach transakcyjnych:

- najpierw daj wartość (nawet w kontakcie 1-1): raport lub ciekawy artykuł
- zaproś do zamkniętej grupy z mocną merytoryką i społecznością np. na LinkedIn
- zaproś na wydarzenie offline (bezpłatne - klient korporacyjny, średni lub o bardzo niskim koszcie - MiŚ)
- daj mocną wartość merytoryczną
- sięj podczas prezentacji + opowiadaj dużo historii - klucz to skupienie na rozbijaniu najczęstszych obiekcji
- dodaj jasne wezwanie do działania jako kontynuacja kontaktu po wydarzeniu w $\frac{3}{4}$ wydarzenia

Case study: Po dopasowaniu formatu wydarzeń firma sprzedająca ofertę o koszcie od 800.000 zł do kilku mln zł - 3x wynik w jeden kwartał.

10 sprawdzonych schematów działania podczas organizacji wydarzenia

akademiaorganizatora.pl/lp/schematy

październik 2019

„Jak połączyć strategię online i offline w procesie pozyskiwania klienta?”

Barbara Piasek





najlepsi eksperci z 2019 z nowymi tematami

WIELKI FINAŁ SALES ANGELS

22.1.2020



Tomek
Zieliński



Adam
Bernacki



opublikujemy
X.2019



opublikujemy
XI.2019



opublikujemy
XI.2019



opublikujemy
XII.2019

390netto

tylko do końca października

KUP BILET



**W grudniu swoją wiedzą o sprzedaży podzielą się
wybrani członkowie społeczności!**

Zasady eliminacji:

1. Nagraj 3-5min video (demo) z tytułem wystąpienia
2. Do końca października prześlij nagranie via WeTransfer na SalesAngels@4Results.pl
3. Zobacz w listopadzie na grupie **Sales Angels Warszawa** na FB ile dostałeś głosów (każdy z członków ma 3 głosy) – wygrywają 3 osoby z największą liczbą wskazań!
4. Nagrodą za najlepsze wystąpienie z 4 miast jest udział w Finale 2019!



#SprzedawanieToPomaganie

**Nagrania z wystąpień ekspertów
z Finału 2018**

www.salesangels.pl/materialy-premium





20 listopada 2019

Wojtek Telenga

**„Pułapki cyfrowych transformacji
w dziale handlowym”**



Do zobaczenia 20 listopada!

#SprzedawanieToPomaganie



salesangels

Dołącz do nas na
salesangels.pl