

KIEDY CZASU CORAZ MNIEJ,

a do targetu wciąż daleko...

Łukasz Połubianko



Mały eksperyment

Mały eksperyment

A solid red vertical bar on the left side of the slide.

**Kto pracuje na
targetach / celach?**

Mały eksperyment

**Kto pracuje na
targetach /celach?**

**Kto w tym roku nie
dowiódł targetu?**

No dobra, sprawdzałem Was...

Mój cel na 2024



Mój lejek sprzedaży na 2024



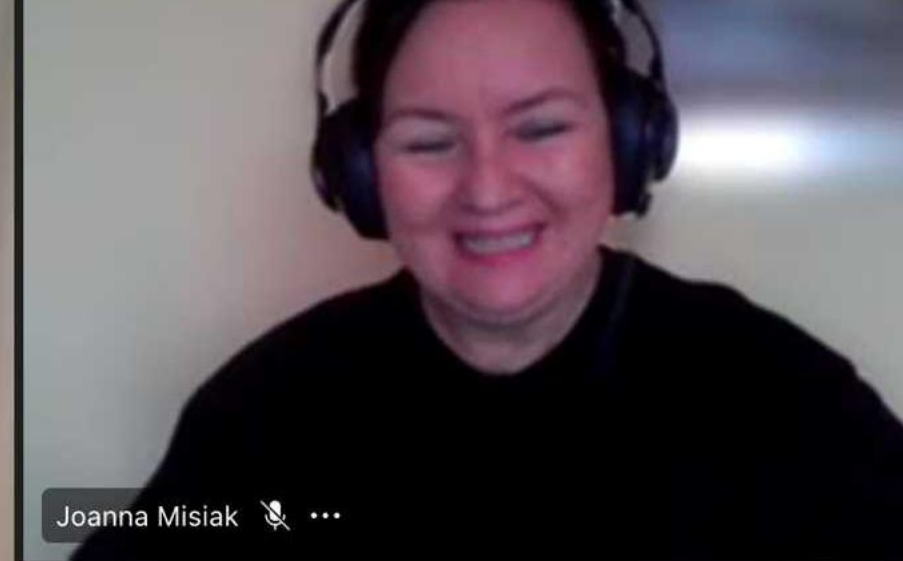




Michał Myszowski



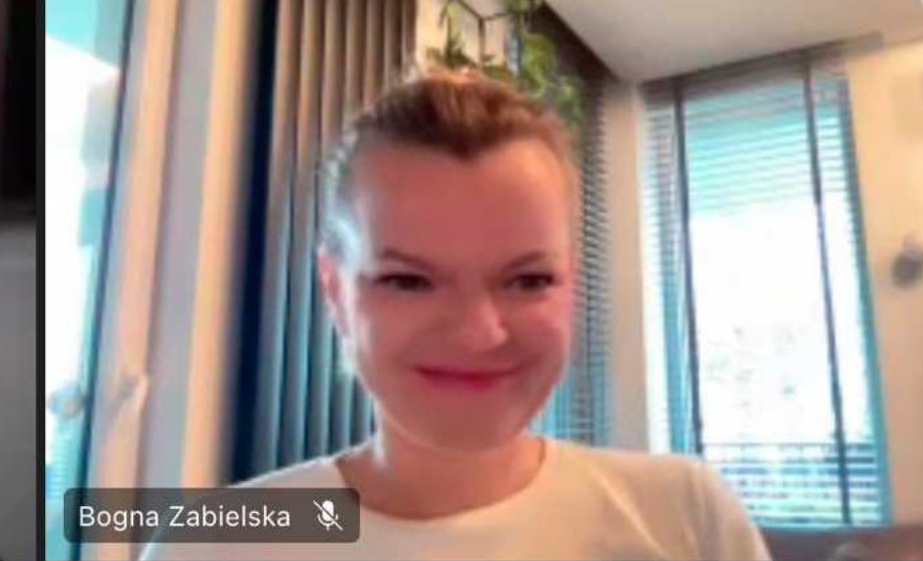
Michał Balcerzak



Joanna Misiak



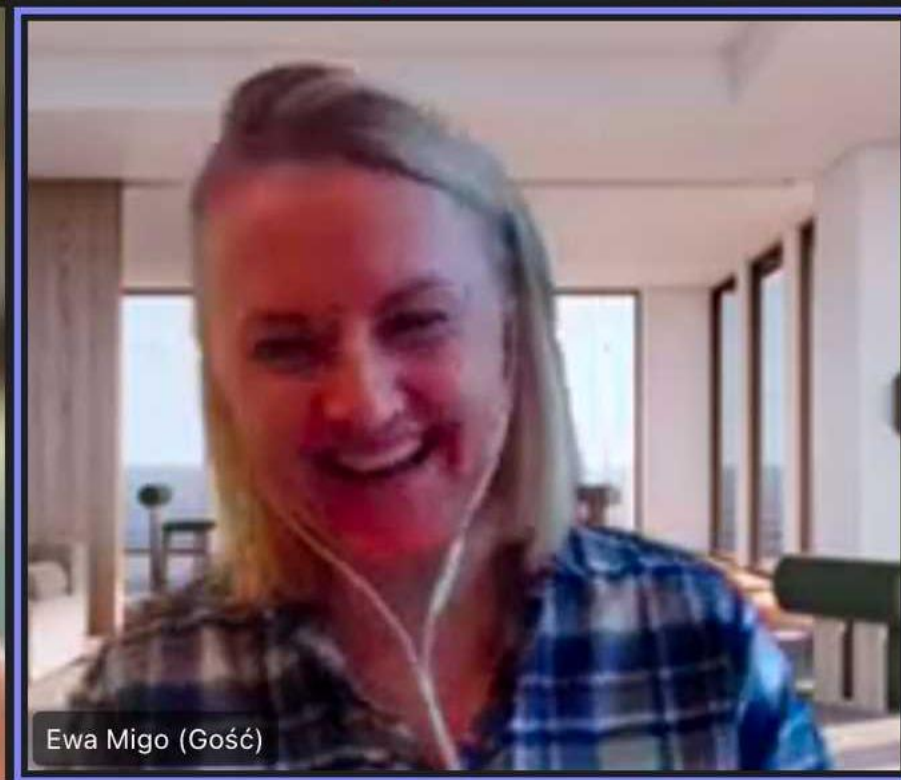
Michał Sowiński



Bogna Zabielska



Filip Kulikowski



Ewa Migo (Gość)



Anna Krupińska



Maciej Szeffer



Michał Dziadosz



Iwona Borawska



Gerard Bernat



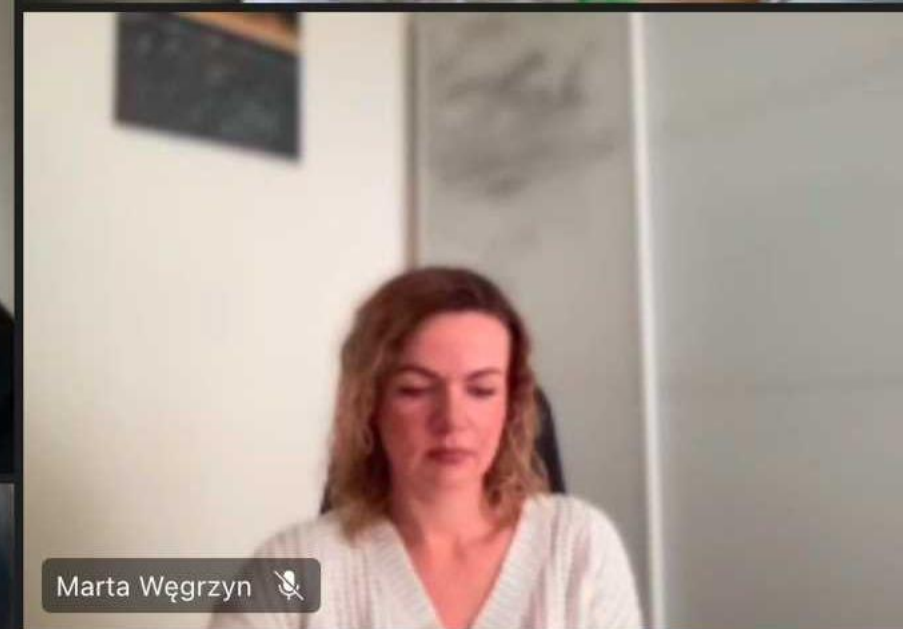
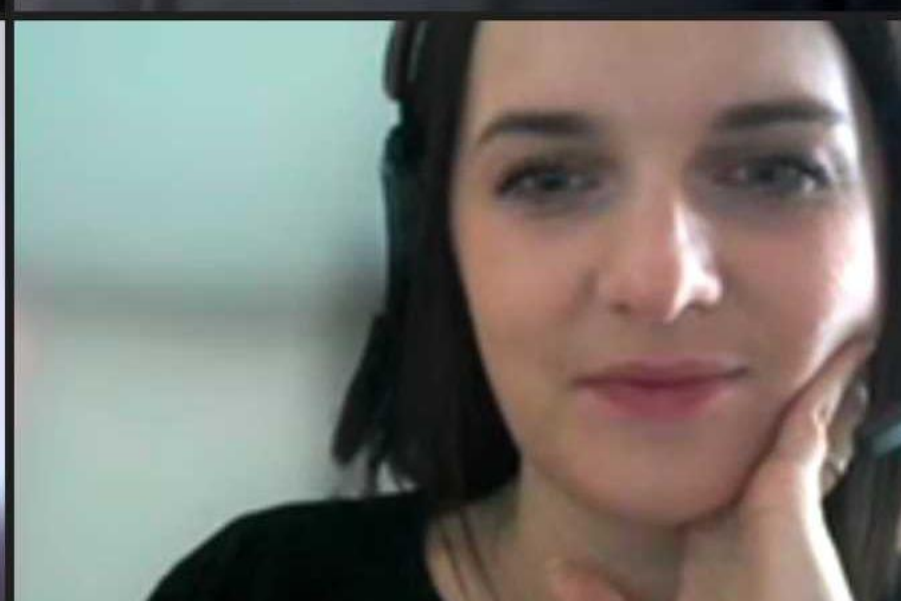
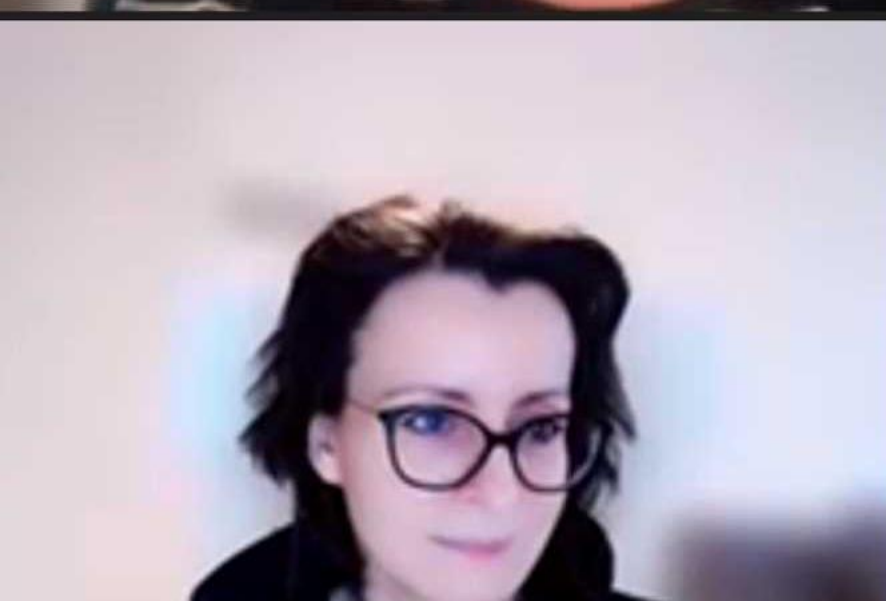
Grzegorz Buko



Magdalena Krawczak



Oskar Kazibudzki



Marta Węgrzyn



Dawid Bychawski



Krzysztof Kwidziński



Daniel Gielo



Oliwia Polak



Błażej Dziedzic



Karol Kiezel



Szymon Negacz



DLACZEGO TEN TEMAT?



Kreatywna księgowość...



Handlowcy jeżdżący na „Pandę”

Kreatywna
księgowość...



Klienci też nie są bez winy...

Kreatywna
księgowość...

Handlowcy
jeżdżący na „Pandę”



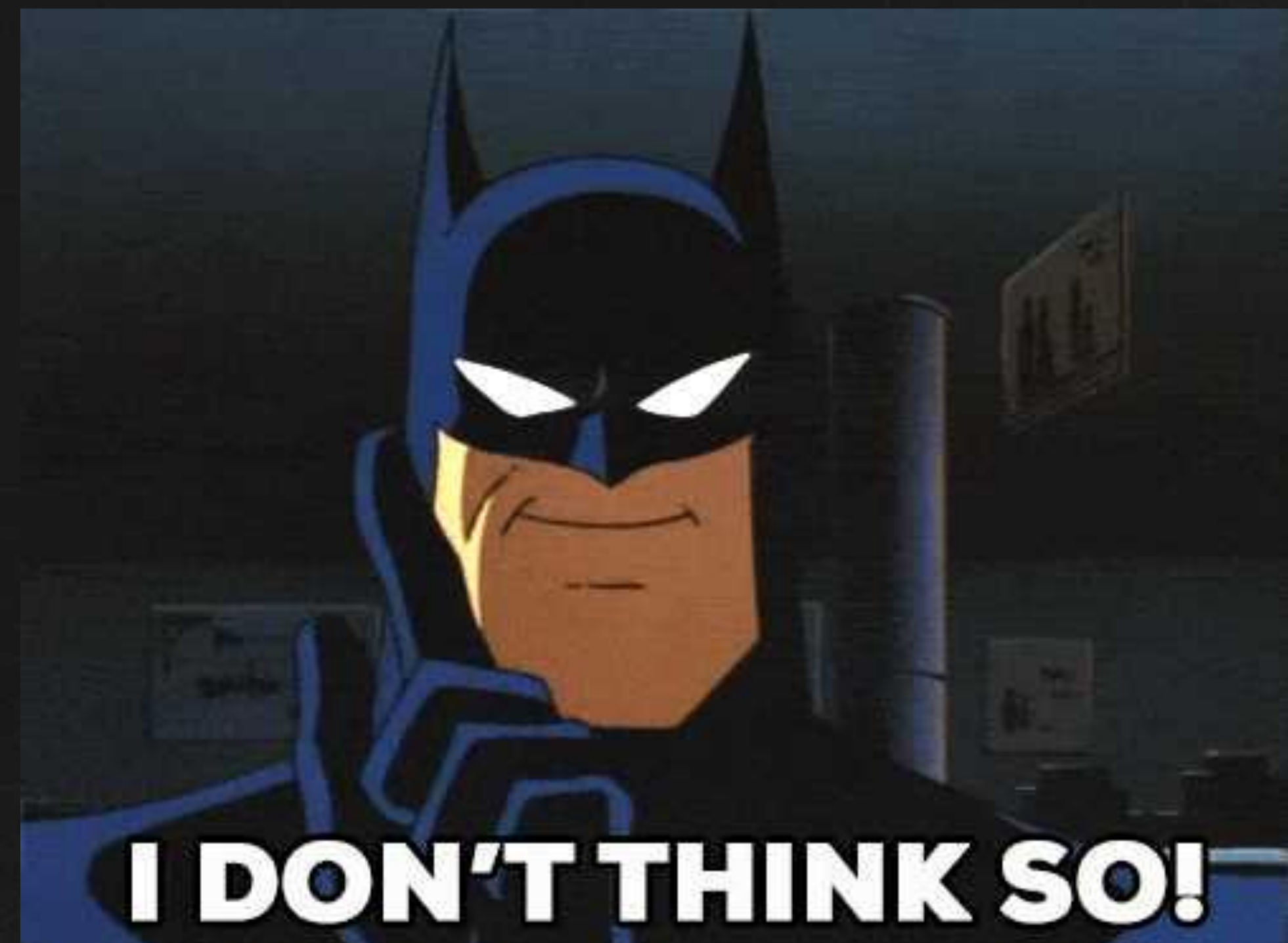




9 pomysłów jak "ratować" wynik



**Czy z każdej
„opresji” da się
wyjść?**



BHP



Ratujemy!



Czasem trzeba będzie sięgnąć
do kieszeni

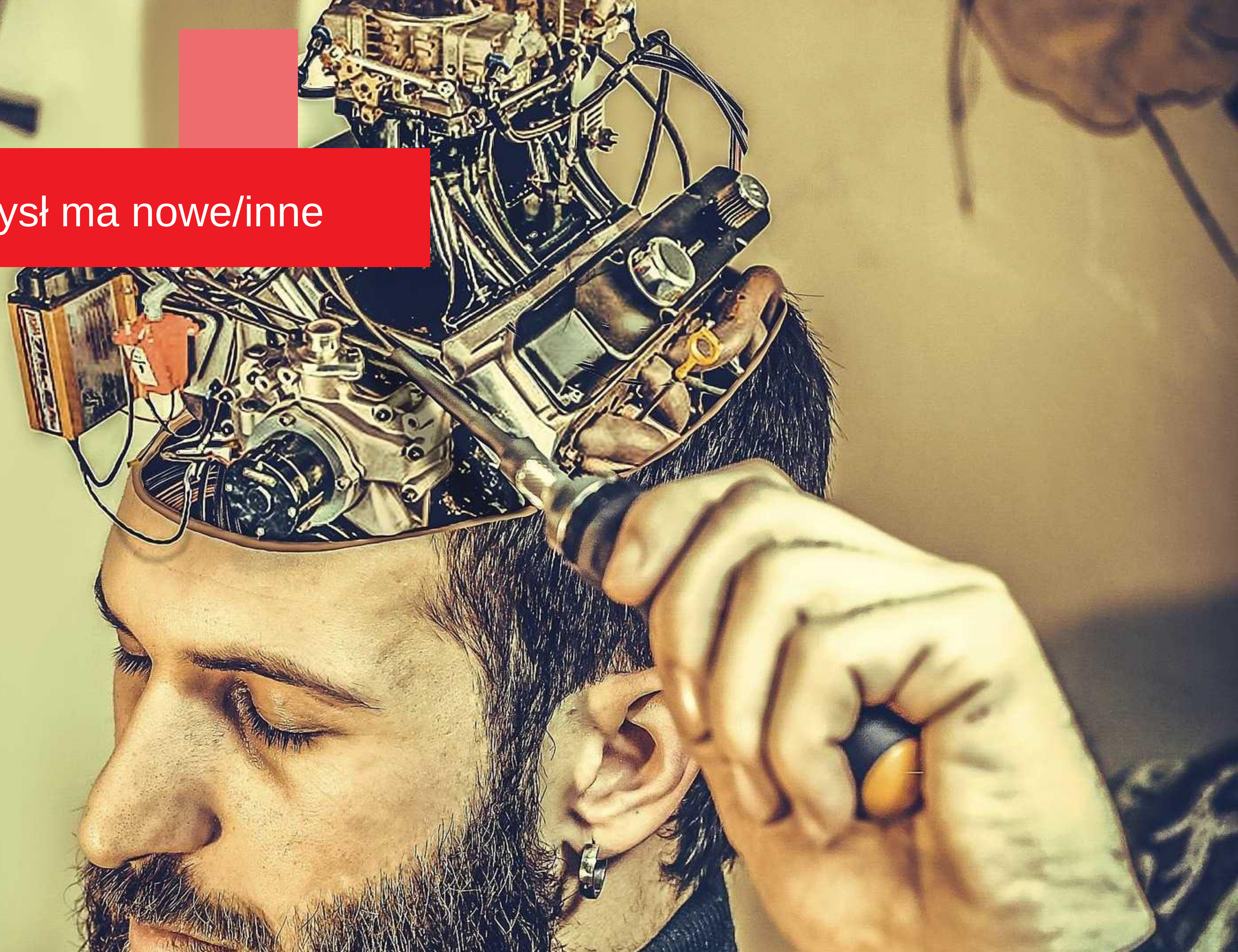
Czasem zrezygnować z "wolnego" czasu

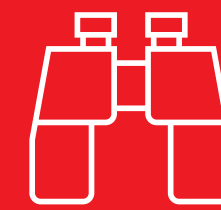
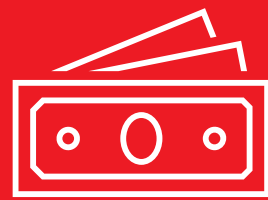
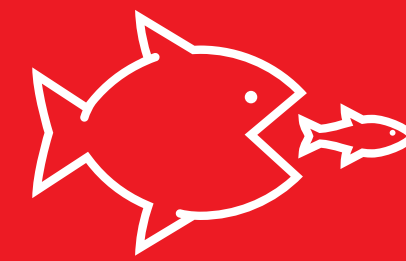




Czasem poskromić własne EGO

Czasem otworzyć umysł ma nowe/inne







ANALIZA BUYER PERSONY

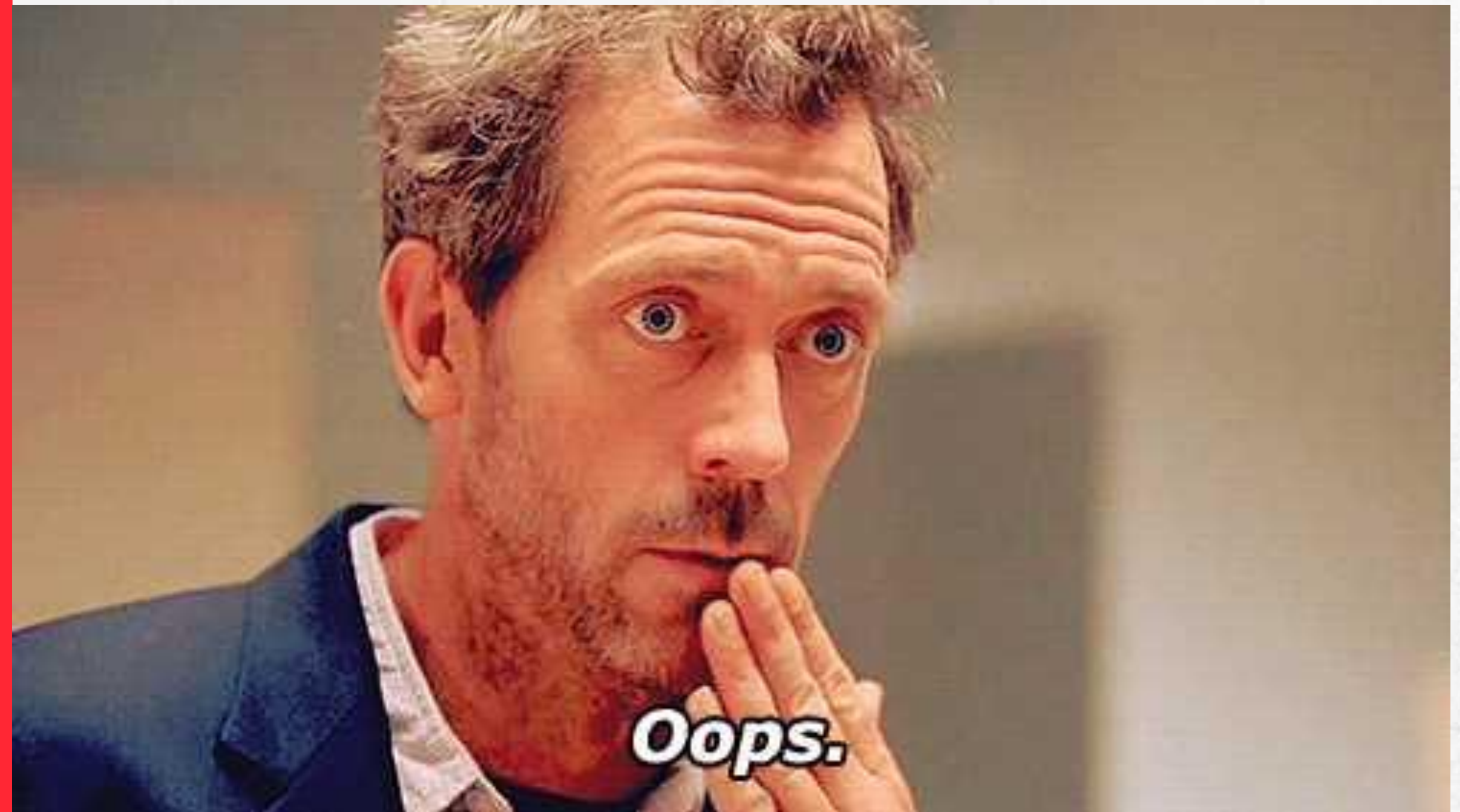
A solid red vertical bar on the left side of the slide.

**Kto ma wypracowany
profil Buyer Persony?**

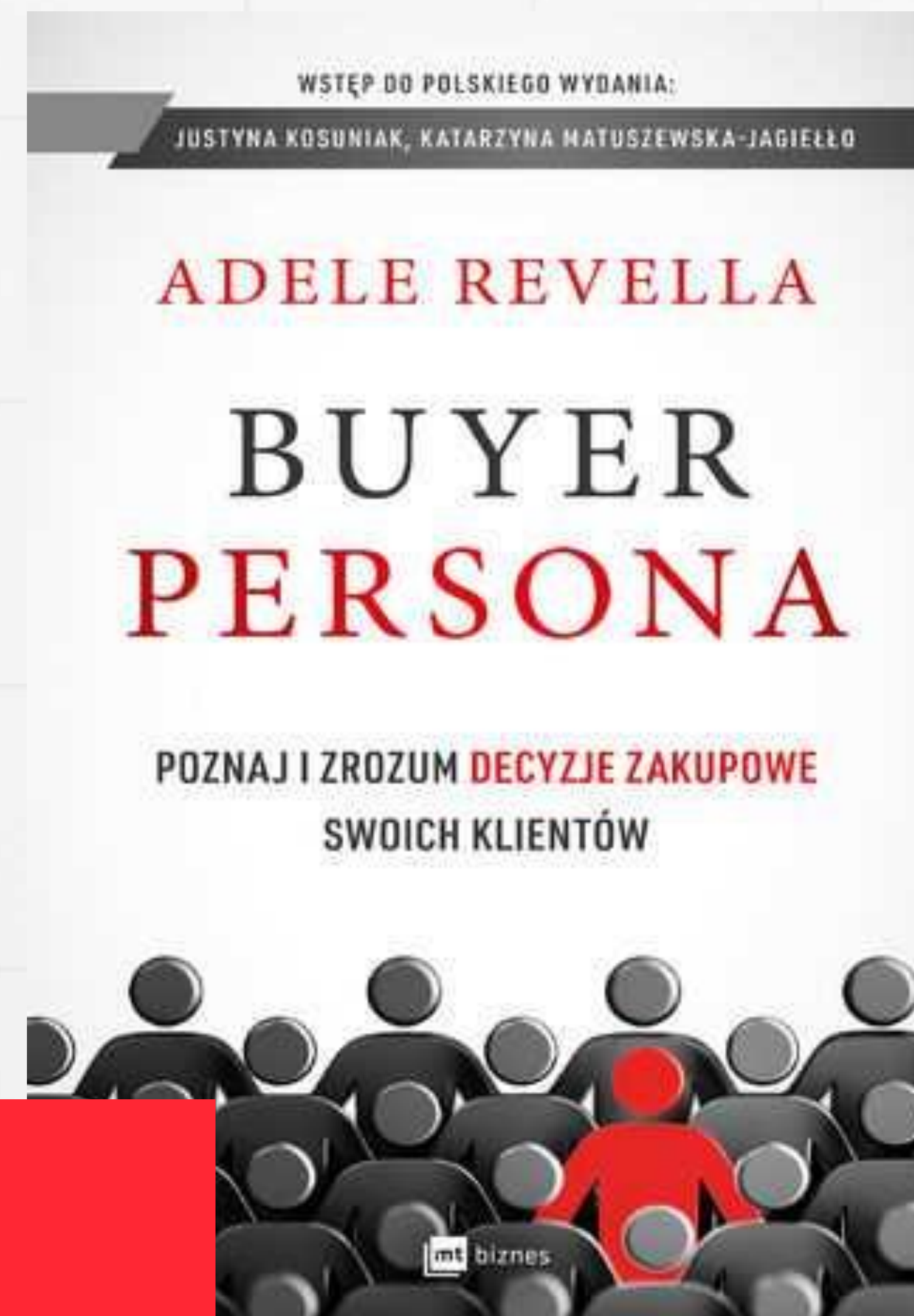
Ręka do góry!

Kto ma wypracowany profil Buyer Persony?

**Ci, którzy nie
podnieśli ręki**



Kto ma wypracowany profil Buyer Persony?



Jest dla Was ratunek ;)

Robisz przegląd swoich BP

1 

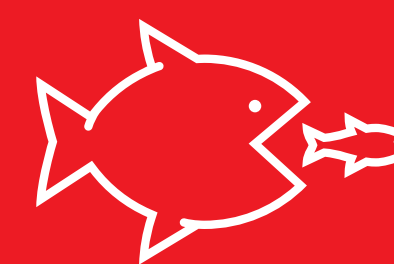
Adresuj tych, którzy
kupują **najwięcej**

2 

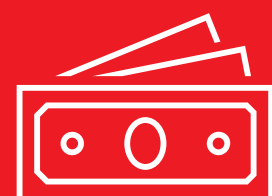
Wdrażaj
dedykowane
kampanie
marketingowe tylko
do tych firm, które
mają najkrótszy
proces zakupowy

3 

Szukaj
nowych*



ANALIZA BUYER PERSONY





ANALIZA LEJKA

ACTION BIAS

„tendencja ludzka do wybierania nawet bezsensownych działań jeśli alternatywą jest brak działań”.

Innymi słowy Handlowiec, który czuje się zajęty czymkolwiek, **nawet bezsensownym działaniem** z potencjalnym klientem, ma wewnętrzne poczucie, że działa właściwie

Lead

Kontakt

Kwalifikacja

Prezentacja

Oferta

Negocjacje

Umowa



CHECKLISTA

1

**Długość trwania
procesu sprzedaży**

CHECKLISTA



2 Wartość deala

CHECKLISTA

3 ROI

4

Trudność w finalizacji

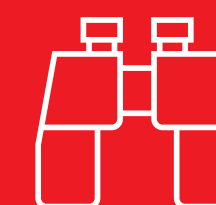
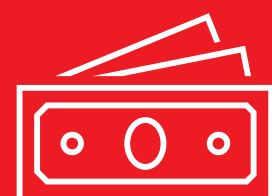
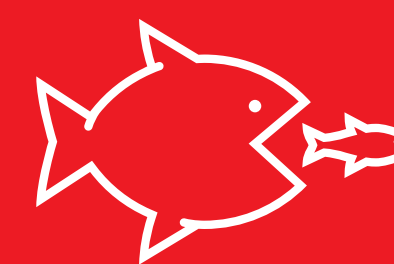




ANALIZA BUYER PERSONY



ANALIZA LEJKA

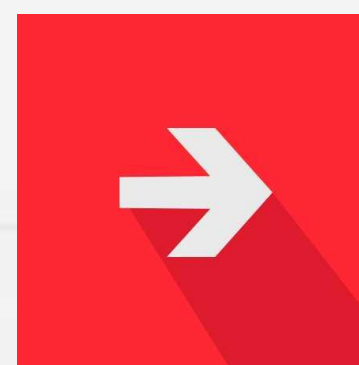




ROZWÓJ OBECNYCH KLIENTÓW

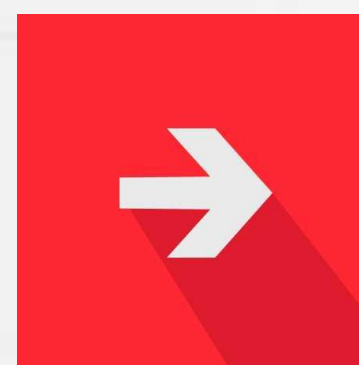
Rozpisanie celu po klientach

1. Marcin Grela



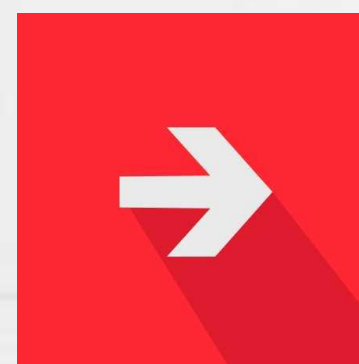
100 000 zł

2. Irek Biliński



50 000 zł

3. Szymon Negacz



100 000 zł

Rozpisanie celu po klientach

~~1. Marcin Grela~~



~~100 000 zł~~

2. Irek Biliński



50 000 zł

3. Szymon Negacz



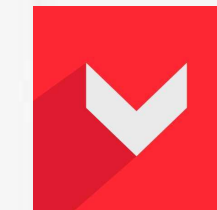
100 000 zł

Rozpisanie celu po klientach

~~1. Marcin Grela~~



~~100 000 zł~~



2. Irek Biliński



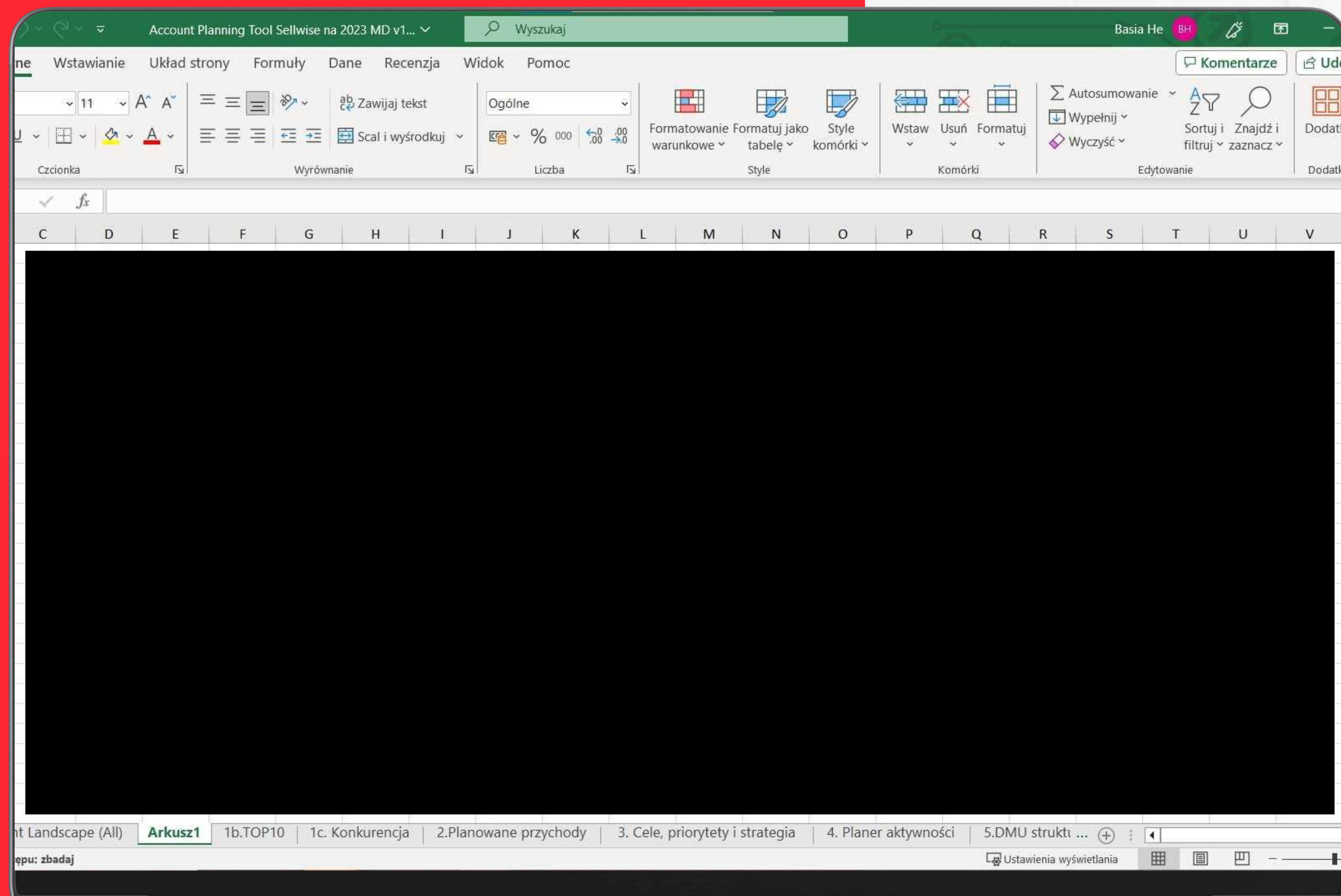
50 000 zł + 10 000 zł



3. Szymon Negacz



100 000 zł + 90 000 zł



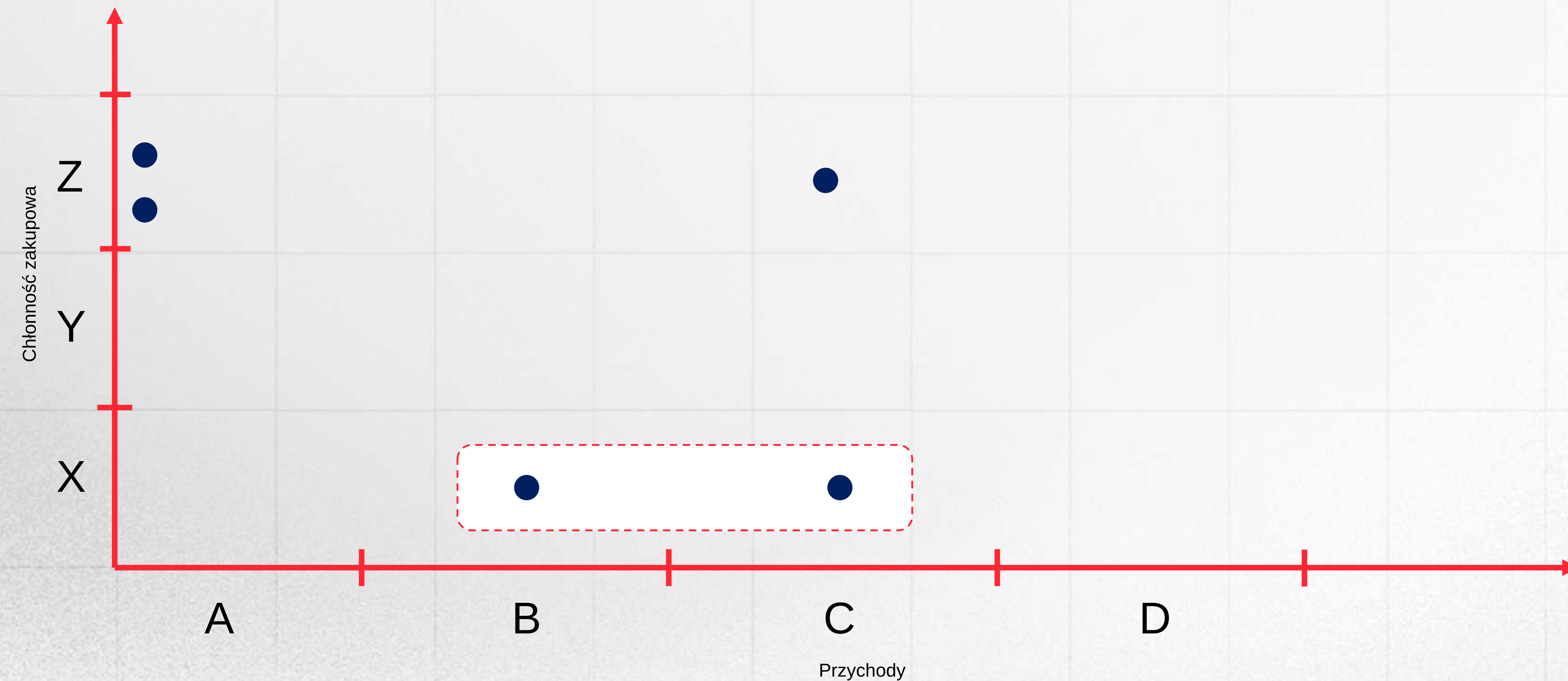
Zrobienie Account Planu

Segmentacja



**Chłonność
zakupowa**

Rozpisanie celu po klientach



**Extra cashback za zakupy na jakich Wam
zależy**



Programy partnerskie



**Extra cashback za zakupy na jakich Wam
zależy**



Programy partnerskie



Zwiększenie punktacji

Happy
WIFE

Happy
LIFE





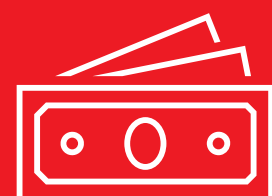
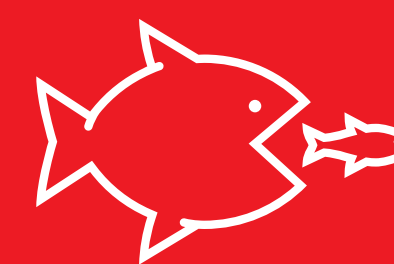
**ANALIZA
BUYER PERSONY**

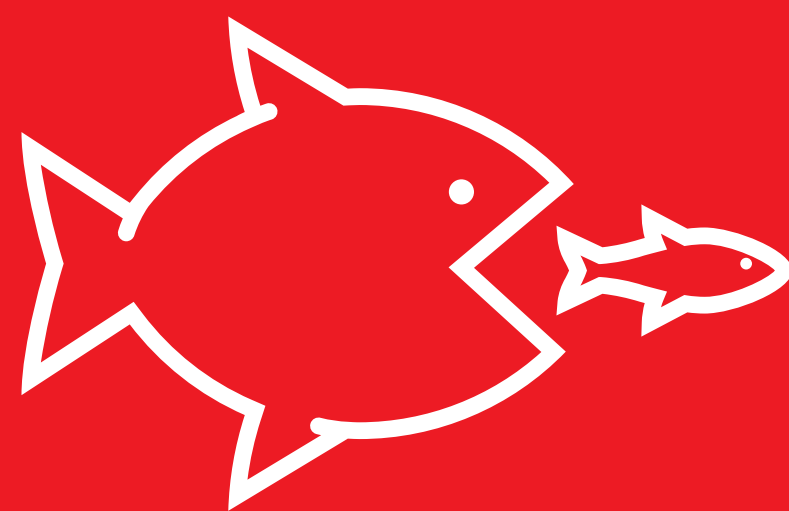


**ANALIZA
LEJKA**



**ROZWÓJ
OBECNYCH KLIENTÓW**





SPRZEDAŻ PRZECIWKO KONKURENCJI

1 Jesteś dystrybutor

2 Masz konkurencję

3 Sprzedajesz w abonamencie

SYSTEM MOBILIZUJĄCY

SYSTEM MOBILIZUJĄCY



**Każde urządzenie konkurencji
zamienione na urządzenia marki X**

+ BONUS



**Każde zeztomowane urządzenie
konkurencji**

= 500 zł



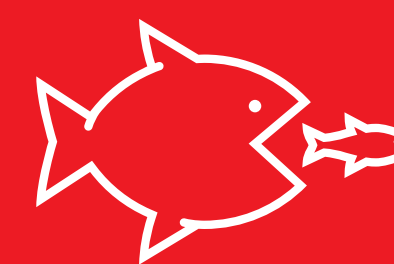
**ANALIZA
BUYER PERSONY**



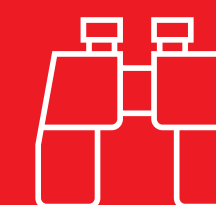
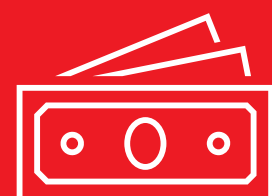
**ANALIZA
LEJKA**



**ROZWÓJ
OBECNYCH KLIENTÓW**

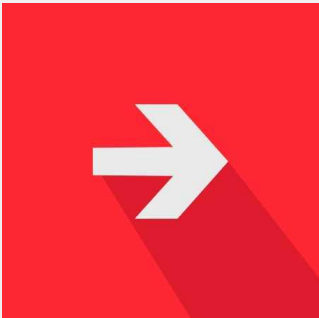
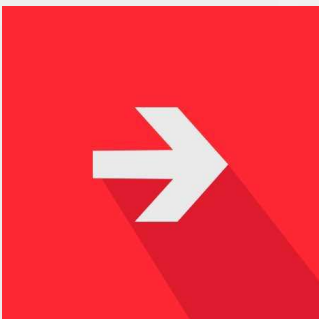


**SPRZEDAŻ
PRZECIWKO
KONKURENCJI**





FOMO

F		FEAR
O		OF
M		MISSING
O		OUT

Aż 60% osób dokonuje zakupów z powodu FOMO, zazwyczaj w ciągu 24 godzin!

JAK WYKORZYSTAĆ FOMO, ŻEBY WESPRZEĆ REALIZACJĘ WYNIKU?



"Dla pierwszych 100"





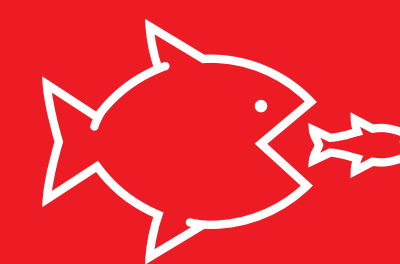
**ANALIZA
BUYER PERSONY**



**ANALIZA
LEJKA**



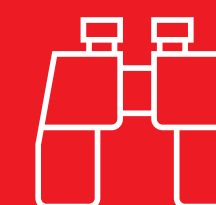
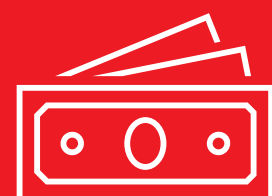
**ROZWÓJ
OBECNYCH KLIENTÓW**

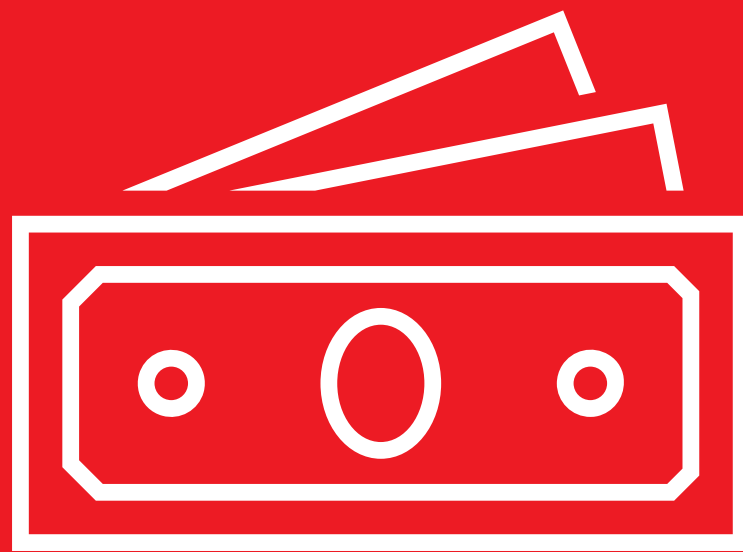


**SPRZEDAŻ
PRZECIWKO
KONKURENCJI**

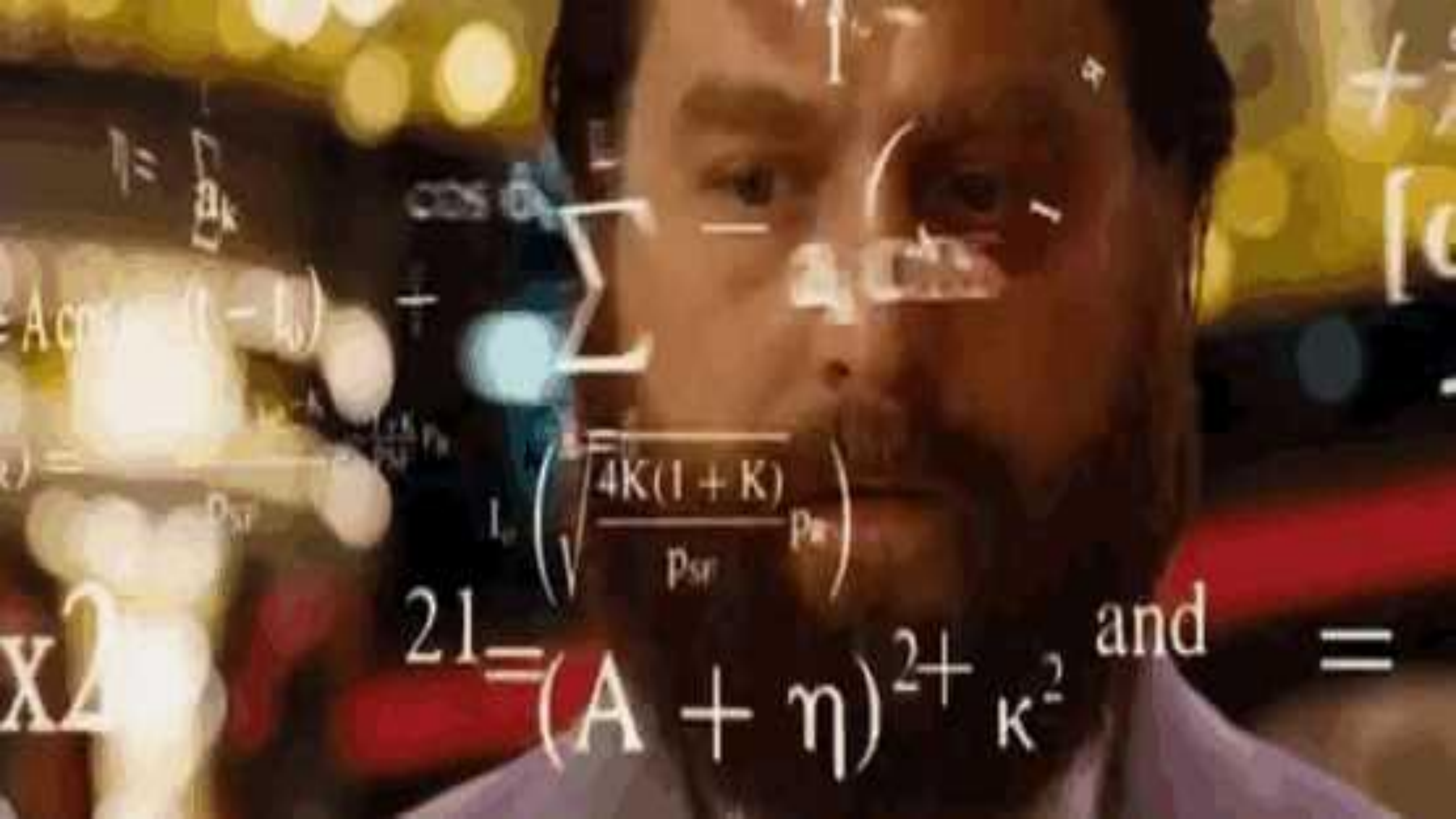


FOMO





SYSTEMY PREMIOWE

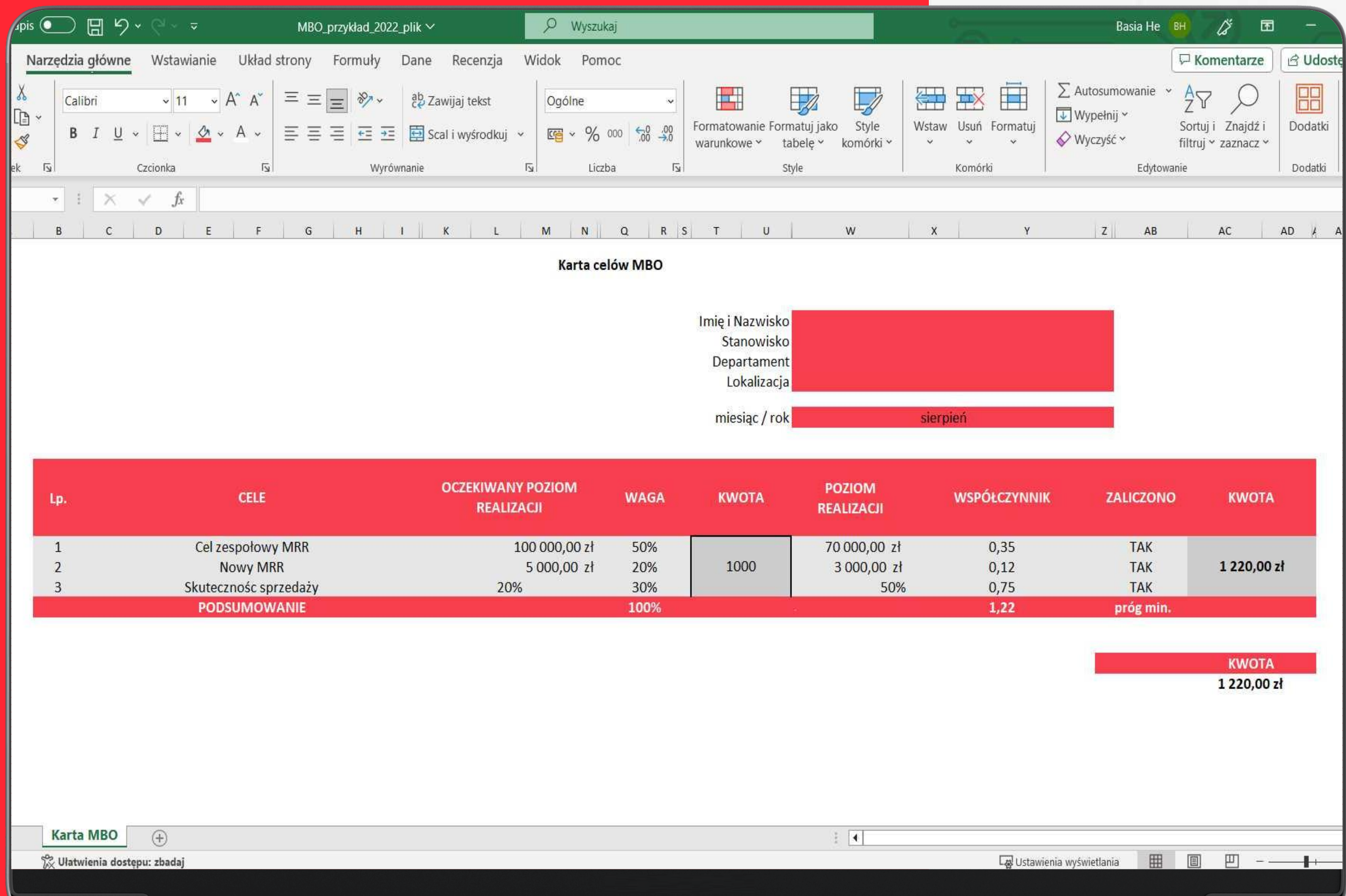


MBO



Opis	Cele	Waga	\$	Wynik	Współczynniki	\$
Cel 1	100 K	30	1000	200 000	1,0	1000
Cel 2	20	30		20 000	1,0	
Cel 3	30%	40		3%	1,0	

Opis	Cele	Waga	\$	Wynik	Współczynniki	\$
Cel 1	100 K	80	1000	200 000	1,0	1000
Cel 2	20	30		20 000	1,0	



TAKI SYSTEM MOTYWUJE!



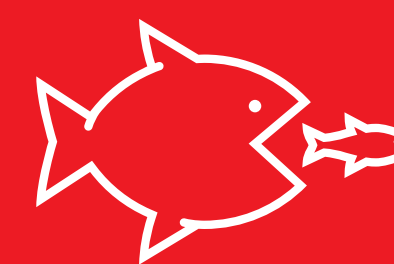
**ANALIZA
BUYER PERSONY**



**ANALIZA
LEJKA**



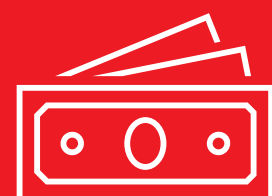
**ROZWÓJ
OBECNYCH KLIENTÓW**



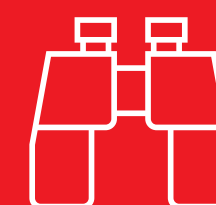
**SPRZEDAŻ
PRZECIWKO
KONKURENCJI**



FOMO



**SYSTEMY
PREMIOWE**

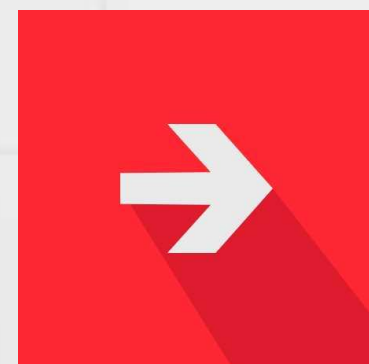




NOWE PRODUKTY

Programmers. Everyday.

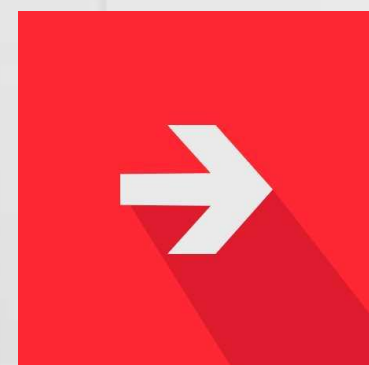




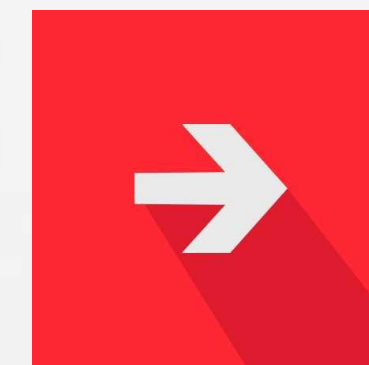
**Znacie problemy
ludzi IT**



Nie macie kasy...



Macie wiedzę



**Nie macie nowych
klientów...**

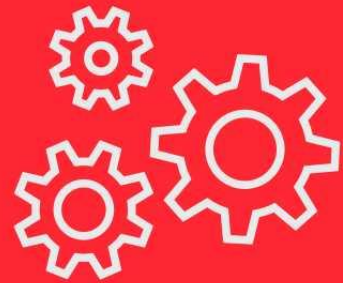


Macie zasoby

CO ROBICIE?







Projektujecie
kurs dla IT



Wydawacie
mądrze środki
na marketing



Dowozicie
wartość
podczas kursu



Ratujecie
wynik
roku/kwartalu





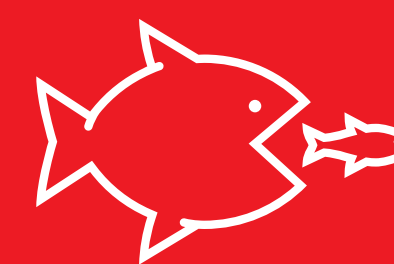
**ANALIZA
BUYER PERSONY**



**ANALIZA
LEJKA**



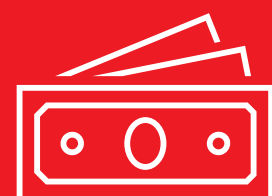
**ROZWÓJ
OBECNYCH KLIENTÓW**



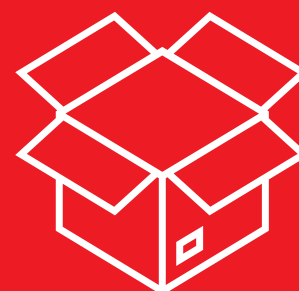
**SPRZEDAŻ
PRZECIWKO
KONKURENCJI**



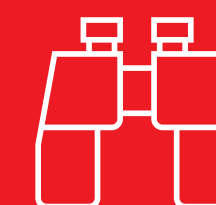
FOMO

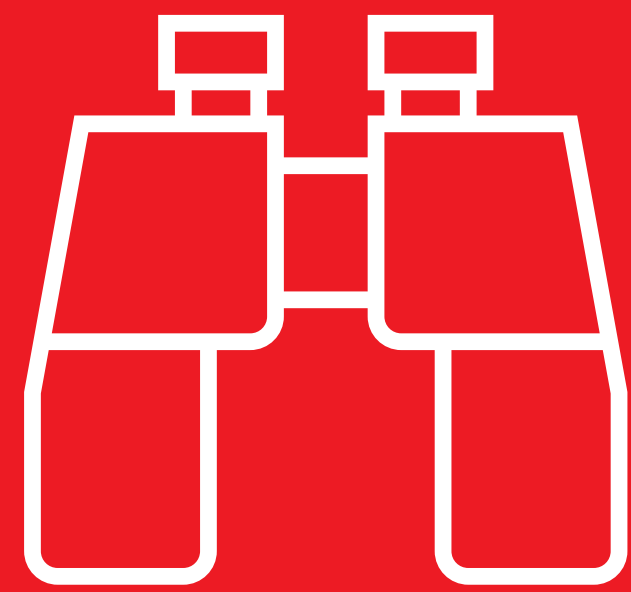


**SYSTEMY
PREMIOWE**



**NOWE
PRODUKTY**





PROSPECTING

Prędkość sprzedaży

$$SV = \frac{\text{Ilość leadów} \times \text{Konwersja} \times \text{Średnia wielkość}}{\text{Czas trwania procesu}}$$





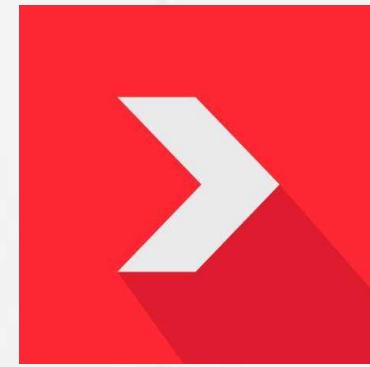
Wybieraj tą grupę docelową, która **ma największe szanse zostawić u mnie najwięcej kasy w danym okresie**, albo w szybkim czasie daje szansę na dosprzedaż.

**How I see my
cold emails**



**How prospects
see my cold emails**





Przeanalizuj działania
historyczne i kwestionuj


salesangels





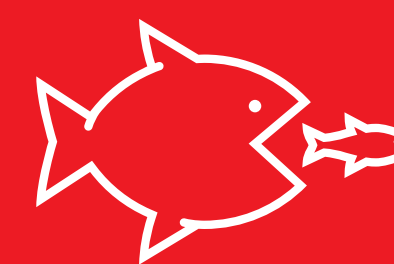
**ANALIZA
BUYER PERSONY**



**ANALIZA
LEJKA**



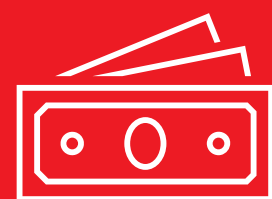
**ROZWÓJ
OBECNYCH KLIENTÓW**



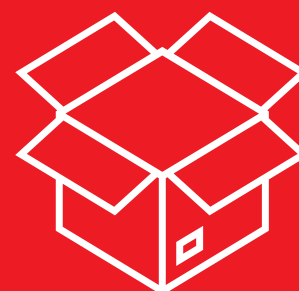
**SPRZEDAŻ
PRZECIWKO
KONKURENCJI**



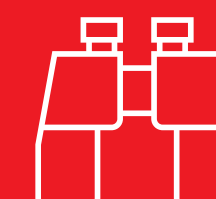
FOMO



**SYSTEMY
PREMIOWE**



**NOWE
PRODUKTY**



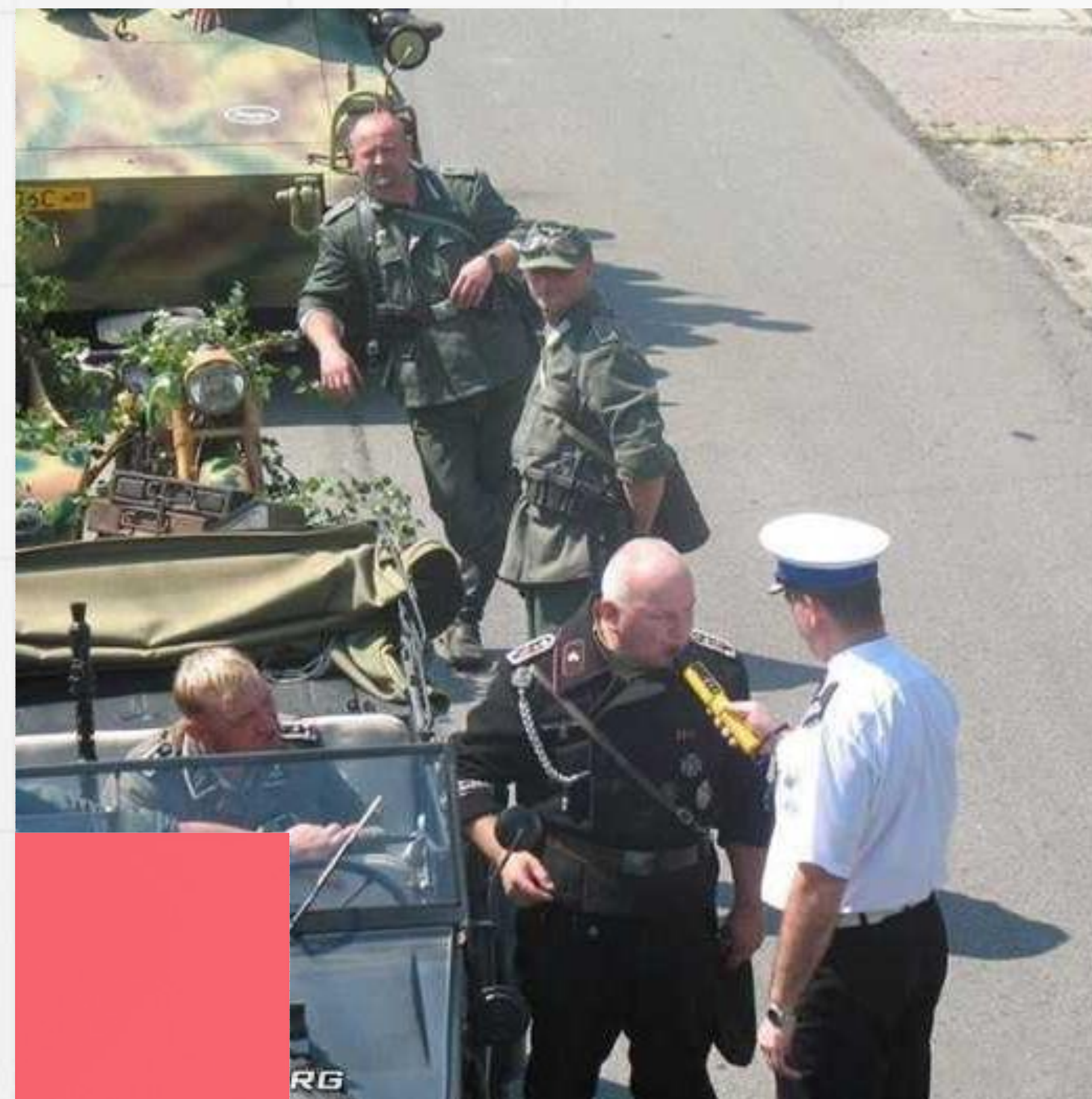
PROSPECTING





MONITORING

Ufaj, ale kontroluj



ODPRAWY

Dzienne sprawdzenie

Tego, co się wydarzyło wczoraj

Planu na dziś

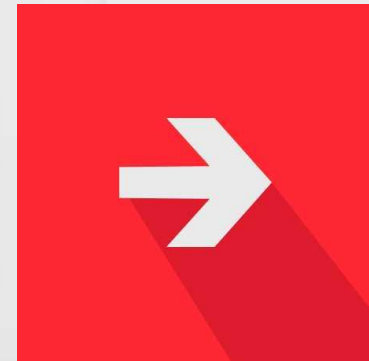
Omówienia zadań



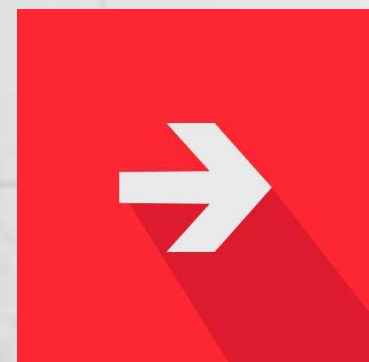
Killerzy odpraw



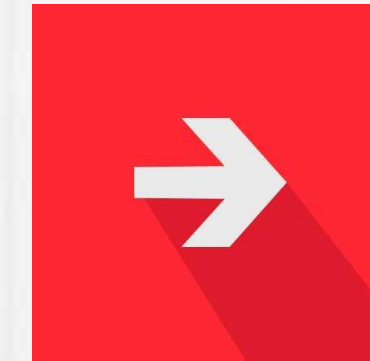
Nuda



Brak agendy



Brak
prowadzącego



Brak celebracji
małych sukcesów



Brak rozliczenia
planów





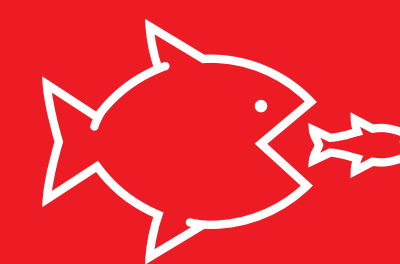
**ANALIZA
BUYER PERSONY**



**ANALIZA
LEJKA**



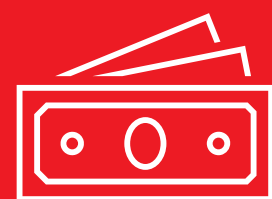
**ROZWÓJ
OBECNYCH KLIENTÓW**



**SPRZEDAŻ
PRZECIWKO
KONKURENCJI**



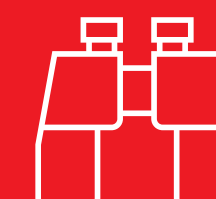
FOMO



**SYSTEMY
PREMIOWE**



**NOWE
PRODUKTY**



PROSPECTING



MONITORING

PODSUMOWANIE

1 **Dokonaj analizy BP**

2

Przeglądaj lejek sprzedaży

3 Szukaj szans sprzedaży u obecnych klientów

4 **Sprawdź jak możesz się "rozepchać na rynku"**

5 Wykorzystuj "FOMO"

6 **Motywuj systemem premiowy**

7 Szukaj nowych „szybkich” produktów

8 Rób mądry prospecting

**9 Częściej niż zwykle
monitoruj postępy**

**#NO RISK
NO STORY**





Szymon Negacz · 17:02

Czesc! Tak... Już wiesz dlaczego tak potrzebowalem lwony :))

Przepraszam Cię za to!

Czy masz doświadczenie w pracy z przemysłem?



Szymon Negacz · 1.

Rozwój Sprzedaży i Marketingu B2B · Założyciel WiseGroup.pl

Uwielbiam tworzyć! · Więcej: szymon.eu

13.02.2021



Łukasz Połubianko · 16:56

Wyjść z doliny śmierci

Cześć,

Szymon jeszcze na początku poprzedniego roku mieliśmy okazję rozmawiać na temat potencjalnej współpracy, a konkretnie o moim dołączeniu do zespołu SellWise w roli konsultanta/trenera. Widziałem rysunek, który świetnie zobrazuje ten proces (może wydać Ci się znajomy :) - przesyłam go w załączniku, a legendę poniżej:

Legenda:

Pomysł = rozpoczęcie mojej rekrutacji do SellWise

Dolina śmierci = cały rok 2020

Wynik = moje dołączenie do SellWise w 2021:)

Z jakiś przyczyn zeszłoroczne rozmowy utknęły w "dolinie śmierci", konkretnie na statusie "pogadamy na żywo we Wrocławiu" a do tego jeszcze nie było okazji (zakładam, że pandemia miała na to spory wpływ).

Szczegóły dotyczące mojego doświadczenia zawodowego znajdziesz na moim profilu - jest w pełni aktualny.

W podcaście wspominasz, że to Iwona Borawska w tej chwili koordynuje i w głównej mierze odpowiada za rekrutację konsultantów. Jeśli ta wiadomość powinna trafić również do Iwony, proszę o taki sygnał.

Mam nadzieję, że nie potraktujesz tej wiadomości, jak wyrazu zbyt dużej śmiałości. Gdy uznasz, że warto wrócić do rozmów, to prosba o wiadomość zwrotną - numer do Ciebie mam ciągle zapisany.

Samych sukcesów!

Łukasz Połubianko

p.s Gratulacje "przebicia setki" - z wielką przyjemnością przesłucham jubileuszowego odcinka!

 salesangels



Łukasz Połubianko

Szkolę i doradzam w: Sprzedaży B2B ♦ Obsłudze Klienta ♦
Zarządzaniu zespołem ♦ Komunikacji ♦ Wystąpieniach
publicznych ♦ Negocjacjach

Tematyka treści: #szkolenia, #sprzedażb2b i #rozwójsprzedażytoproces

Wrocław i okolice · [Informacje kontaktowe](#)

2019 obserwujących · 500+ kontakty

Otwarty(-a) na

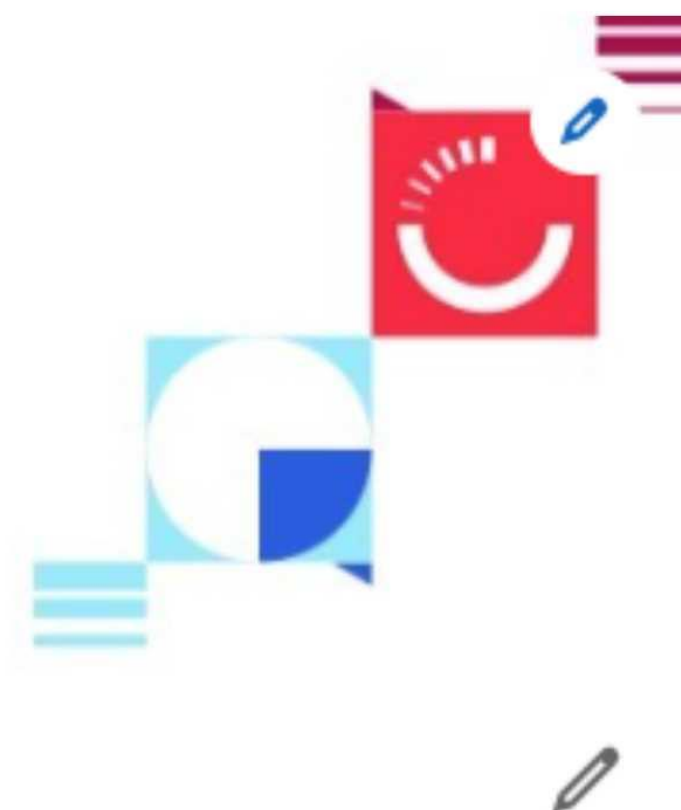
[Dodaj część w profilu](#)

[Więcej](#)

 SellWise®

Rozwój sprzedaży
to **proces**

www.sellwise.pl



SellWise - Doradztwo i
Szkolenia



Wyższa Szkoła Bankowa we
Wrocławiu





DZIEKUJĘ!

ŁUKASZ POŁUBIANKO