

MORFOLOGIA SPRZEDAŻY®

XII Konferencja Menedżerów Sprzedaży

PROGRAM KONFERENCJI

08:00-09:00	Rejestracja uczestników
09:00-09:15	Przywitanie i rozpoczęcie konferencji
09:15-10:00	Trendy w sprzedaży. Co Cię czeka handlowcu? Co Cię czeka szefie sprzedaży? Jak zmienia się sprzedaż i zarządzanie zespołami sprzedażowymi w sektorze B2B? – Jacek Czarnowski i Piotr Płóciennik - Jak zmieniła się sprzedaż w ostatnich trzech latach? Co jest nową normalnością? - Jakie trendy będą się pogłębiały? - Jak będzie wyglądała sprzedaż w epoce pokryzysowej? - Może czasy kryzysu staną się naszą codziennością i trzeba się do nich przyzwyczaić? - Jak przygotować się do nadchodzących zmian?
10:00-10:35	Marka, która sprzedaje. Trendy w marketingu i sprzedaży na LinkedIn. – Angelika Chimkowska Jak Cię widzą, tak z Tobą współpracują. W swoim wystąpieniu Angelika pokaże, jak skutecznie wykorzystać siłę marki w sprzedaży i budowaniu relacji z klientami. Jeżeli chcesz skutecznie zbudować wartość swojej marki w oczach potencjalnego klienta, to właśnie Angelika pomoże Ci to strategicznie zaplanować. Będzie też dużo przykładów do wdrożenia od zaraz. Zero b****t bingo. Same konkrety.
10:35-10:55	Przerwa kawowa
10:55-11:30	Czy 4-dniowy tydzień pracy można z sukcesem wdrożyć w dziale sprzedaży? – Łukasz Gajek Wraz z zapotrzebowaniem na większą elastyczność aktywności zawodowej rośnie zainteresowanie czterodniowym tygodniem pracy. Wiele organizacji odkryło, że rozwiązanie to pomoże utrzymać i przyciągnąć najlepszych pracowników. Z każdym kolejnym przykładem udanego wdrożenia nowego podejścia do krótszego tygodnia pracy pojawiają się pytania: - To trend w wybranych branżach, czy nadchodząca i nieunikniona przyszłość dla wszystkich? - Co nas powstrzymuje przed skróceniem tygodnia pracy, jakie są szanse i ryzyka? - Czy zmiana możliwa będzie również w działach sprzedaży? Na te pytania odpowiem w oparciu o przykłady wdrożeń oraz wyniki globalnego badania LHH „Global Workforce of the Future”, opartego o rozmowy z 30 tys. pracowników z 25 krajów – w tym Polski, i zawierającego ciekawe wnioski na temat pracy 32 godziny w tygodniu.
11:30-12:05	Jak zadbać o siebie i swoje zaangażowanie, czyli kilka słów o długofalowej motywacji handlowców i menedżerów sprzedaży. – Tomasz Kalko - Co to znaczy zadbać o siebie, pracując w sprzedaży? - Dlaczego dbanie o siebie jest ważne? - Jak element dobrostanu sprzedawcy wpływa na jego efektywność i skuteczność? - Czym się różni motywacja doraźna od długofalowej? - Jakie elementy procesu sprzedaży dają nam napęd? - Dlaczego sam fakt sprzedania, zarobienia, wygenerowania marży czy prowizji, jest nietrwałym motywatorem?
12:05-12:40	E-wolucja sprzedaży: omnichannel z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacji w B2B. – Anna Małecka Podczas swojej prezentacji pokażę, dlaczego dzisiaj musisz być na każdym punkcie styku ze swoim klientem i jak w tym procesie może pomagać dostępna technologia. Tematy, które poruszę wyglądają następująco: - Genetyka komunikacji online – re-wolucja czy e-wolucja? - Jakie procesy warto zautomatyzować w Twoim biznesie, aby móc spać spokojnie w 4-dniowym trybie pracy? - Dlaczego musisz dbać o pozyskanych klientów, a nie wciąż gonić za nowymi? - Jak wybrać idealną przestrzeń komunikacyjną z Twoimi klientami? - Dlaczego z danymi nie należy dyskutować i jak pomogą Ci zwiększyć efektywność kosztową?

PROGRAM KONFERENCJI

12:40-13:40	Przerwa na lunch
13:40-13:55	Wystąpienie partnera
13:55-14:30	Data storytelling – jak komunikować liczby i dane w sprzedaży. – Alicja Defratyka Liczby mają wielką moc, a umiejętność przedstawiania danych i opowiedzenia na ich podstawie interesującej historii, jest kluczem do dotarcia z naszą informacją do odbiorców, na których nam zależy. Jak zatem komunikować liczby oraz dane w sprzedaży, by nasi odbiorcy łatwo je zrozumieli i podejmowali na ich bazie lepsze decyzje? Opowie o tym Alicja Defratyka, ekonomistka, autorka projektu ciekaweliczby.pl.
14:30-14:50	Przerwa kawowa
14:50-15:25	Inflacja – przyczyny, skutki, prognozy na przyszłość. – dr Marcin Wroński Inflacja to obecnie najważniejszy z problemów polskiej gospodarki. Jakie są jej przyczyny? Czy jak przekonuje rząd mamy do czynienia z „Putinflacją”? A może to właśnie polityka rządu i Narodowego Banku Polskiego jest źródłem naszych problemów? W jakich sektorach gospodarki inflacja jest najbardziej odczuwalna? Czy pozostanie problemem w najbliższych latach? Odpowiedzi na powyższe pytania (oraz kilka innych) udzieli dr Marcin Wroński – ekonomista, wykładowca Szkoły Głównej Handlowej.
15:25-16:00	Czy sprzedaż uratuje świat? – Rafał Żak Żyjemy i żyć będziemy w świecie wyzwań, które pojawiają się na stronie startowej tej edycji Morfologii Sprzedaży – katastrofa klimatyczna, wyzwania środowiskowe, pandemia, wojny, kryzys energetyczny. Na poprzedniej edycji jeden z prelegentów naszej konferencji powiedział: „Na martwej ziemi nie będzie sprzedawców”. Co pokazuje nam, że pewnie refleksja na temat sprzedaży nie przychodzi nam do głowy jako pierwsza, kiedy myślimy o wyzwaniach stojących przed ludzkością. Czy zatem sprzedaż może nam się do czegoś przydać? Które elementy psychologii sprzedaży, psychologii klienta, decyzji konsumenckich mogą być dla nas ważne? Co z doświadczeń sprzedawców i firm sprzedających możemy wykorzystać? Jak sprawić, żeby to, co na co dzień jest przyczyną części naszych problemów, mogło stać się częścią świata rozwiązań? Pogadajmy.
16:00-16:25	Losowanie i rozdanie nagród oraz zakończenie konferencji

Organizator zastrzega sobie możliwość zmian w programie, natomiast nie ulegnie zmianie ramowy czas kongresu, czyli godziny 8:00-17:00.

PARTNERZY MERYTORYCZNI

SANDLERSM



LHH

sare¹



salesberry



PARTNERZY MEDIALNI



NOWA
SPRZEDAŻ



FOCUS ON
Created by Pro Progressio Business



sprawnymarketing

SPONSORZY I WYSTAWCY



ORGANIZATOR

