

# MORFOLOGIA SPRZEDAŻY®

## XIII Konferencja Menedżerów Sprzedaży

### PROGRAM KONFERENCJI

08:15-09:00	Rejestracja uczestników i Sesja Pozytywnych Relacji z Grzegorzem Turniakiem
09:00-09:15	Przywitanie i rozpoczęcie konferencji - Paula Leśniewska i Jacek Czarnowski
09:15-09:40	<b>Przegląd trendów sprzedażowych na 2024. – Jacek Czarnowski</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Co zmieniło się w porównaniu z trendami z zeszłego roku?</li><li>• Najważniejsze kierunki zmian w sprzedaży 2024.</li><li>• Co może być szczególnie istotne na polskim rynku.</li></ul>
09:40-10:15	<b>Grupa krwi AI+, czyli o tym, jak żyć ze sztuczną inteligencją w krwioobiegu. – dr Justyna Kopczyńska (Pokojska)</b> <p>Szybki rozwój nowych technologii cyfrowych, a przede wszystkim – generatywnej sztucznej inteligencji (której flagowym przykładem jest ChatGPT), rewolucjonizuje życie pracodawców i pracowników na całym świecie. Boty nie tylko piszą za nas maile, opracowują raporty i przygotowują prezentacje konferencyjne, ale także potrafią tworzyć obrazy do złudzenia przypominające zdjęcia, a nawet symulować ludzką mimikę i głos. Szybko uczące się algorytmy biją nas na głowę w różnego typu obliczeniach, a pamięć chmurowa – pozwala przechowywać właściwie nieograniczone ilości danych. Człowiek tego nie potrafi.</p> <p>Czy to oznacza, że my, jako ludzie, staniemy się lada dzień zbędni? Czy pewnego dnia obudzimy się w świecie „Bajek robotów”, otoczeni przez wytwory zaawansowanej technologii cyfrowej? Jak wykorzystać postęp technologiczny z korzyścią dla nas samych i naszych bliskich (także współpracowników)? Na te i inne pytania postaram się odpowiedzieć podczas wystąpienia w ramach konferencji „Morfologia Sprzedaży”.</p>
10:15-10:45	<b>Proces sprzedaży w kontakcie H2H. – Tomasz Kalko</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dlaczego warto działać w oparciu o proces? A może jednak lepiej działać intuicyjnie?</li><li>• Co to znaczy działać procesowo w sprzedaży? Czy posiadanie procesu oznacza niesłuchanie klienta?</li><li>• Jak skonstruowany proces wspiera sprzedaż H2H? Czy istnieje uniwersalny proces sprzedaży?</li></ul>
10:45-11:05	<b>Przerwa kawowa</b>
11:05-11:40	<b>Nowa rola CRM – jak będzie wyglądała praca handlowca za...rok. – Sławomir Wnuk</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Narzędzia AI w CRM.</li><li>• Monetyzowanie danych o klientach.</li><li>• Budowanie przewag konkurencyjnych w oparciu o prawidłowe wdrożenie CRM.</li></ul>
11:40-12:10	<b>Kluczowe czynniki skuteczności rozmów sprzedażowych H2H. – Jacek Czarnowski</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Szefie sprzedaży! Sprawdź czy wewnętrzne systemy są szczelne!</li><li>• Przygotujcie się!!! Jeśli tego nie zrobicie, to przygotujcie się na porażki.</li><li>• Korzystajcie z narzędzi!!! Czasy improwizatorów się skończyły.</li><li>• Najważniejszy zasób handlowca to czas. Jeśli klient ma powiedzieć „NIE”, to niech to zrobi szybko.</li></ul>
12:10-12:45	<b>Wojna czy pokój? Marketing vs sprzedaż - jak nauczyć się mówić jednym językiem, by zjednywać klienta. – Dolores Greń</b> <p>Wylądowaliśmy na jednej wyspie, która nazywa się KLIENT. Czy jednak potrafimy się porozumieć, zewrzeć szyki i walczyć z rynkiem, a nie ze sobą?</p> <p>81% szefów firm postrzega marketing jako kluczowy czynnik wzrostu i rozwoju organizacji. Jednocześnie 70% z nich nie wierzy, że zajmuje on w firmie właściwe miejsce i odgrywa w niej odpowiednią rolę. Czy to dlatego, że marketing to filmiki, social media, eventy, a sprzedaż chce widzieć konkrety - wolumeny, marże? Dowiesz się, gdzie jest luka i jak zbudować alians marketingowo-sprzedażowy w oparciu o wspólny język liczb.</p>
12:45-13:45	<b>Przerwa na lunch</b>

## PROGRAM KONFERENCJI

13:45-14:20	<b>AI jako wsparcie w sprzedaży B2B. Jak wykorzystać nieoczywiste możliwości sztucznej inteligencji? – Jakub Masztalski</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Jak aktualnie najczęściej postrzegana jest sztuczna inteligencja.</li><li>Czy sztuczna inteligencja może pomagać w budowaniu strategii sprzedażowych i podejmowaniu trudnych biznesowych decyzji?</li><li>Jak wykorzystywać nieoczywiste możliwości AI – krótki przegląd narzędzi.</li></ul>
14:20-14:50	<b>Obalamy sprzedażowe mity – Paula Leśniewska, Jakub Szajkowski, Andrzej Twarowski, Jacek Czarnowski</b> <p>Od lat mierzymy się z wieloma mitami pokutującymi wśród sprzedawców i szefów sprzedaży. Część z nich jest mocno zakorzeniona w sprzedażowej społeczności i wyrządza wiele szkód handlowej efektywności. Kto z Was nie słyszał zdań typu: „Sprzedajemy za mało, bo moi handlowcy nie umieją zamykać sprzedaży” albo „Nie wolno mówić źle o konkurencji” albo „Ja chcę płacić dużo moim handlowcom, ale im się nie chce zarobić tych pieniędzy” i wiele innych. Grupa ekspertów w serii kilkuminutowych wystąpień krok po kroku będzie burzyła te odwieczne „prawdy sprzedażowe”. Ciekawe czy Was przekonają?</p>
14:50-15:10	<b>Przerwa kawowa</b>
15:10-15:45	<b>Online, czy twarzą w twarz? Jak spotykać się z klientami w roku 2024? – Andrzej Twarowski</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Jak formę spotkań preferujesz jako klient?</li><li>Preferencje klientów B2B dotyczące spotkań z dostawcami.</li><li>Co wynika z „trzeciej drogi” spotkań z klientami?</li><li>Wady i zalety każdego ze sposobów.</li><li>Jak zbudować odpowiedni mix spotkań sprzedażowych?</li></ul>
15:45-16:15	<b>Biznesowy Stand-up – Rafał Żak</b> <p>Na początek wrzucimy do jednego garnka dwa pojęcia: sztuczna inteligencja i kontakty Human 2 Human. Dorzucimy przygotowanie, badania, kilka slajdów, narracje i anegdoty. A później zrobimy coś zaskakującego – dodamy do tego komedię i stand up. Wyjścia są dwa. To się skończy czymś, co zwykle charakteryzuje moje wystąpienia na Morfologii: merytoryką i sporą ilością łez ze śmiechem. Albo moim spektakularnym rozbięciem się o ścianę.</p>
16:15-16:30	<b>Losowanie i rozdanie nagród oraz zakończenie konferencji</b>

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

### PARTNERZY MERYTORYCZNI

 SANDLER<sup>SM</sup>



 proAutomator



 SANDLER<sup>SM</sup>  
TWAROWSKI & PARTNERS



### SPONSORZY I WYSTAWCY



### PARTNERZY MEDIALNI



### ORGANIZATOR