

Firma skazana na sukces

Jakie narzędzia pomogą Ci
zwiększyć sprzedaż?

Sprzedawaj skutecznie!

Dzięki temu e-bookowi dowiesz się, jak wykorzystać szeroki potencjał narzędzi sprzedażowych. Poznasz także nowoczesną i zaawansowaną technologicznie pomoc, która sprawi, że produkty lub usługi, które oferujesz, staną się globalne.

Spis treści

Wstęp

- 1. Problemy początkujących przedsiębiorców** str. 4
 - 1.1. Nowa firma na starcie str. 4
 - 1.2. Standardowe trudności i realny optymizm str. 5
 - 1.3. Przeszkody do przeskoczenia str. 6
- 2. Sprzedaż is the KING** str. 7
 - 2.1. Po co prowadzisz ten biznes? str. 7
 - 2.2. Wyjdź do klienta z produktem str. 10
- 3. Narzędzia wspierające sprzedaż** str. 13



Wstęp

Jesteś dumnym właścicielem mikro, małej lub średniej firmy? Niedawno ją założyłeś lub od jakiegoś czasu prowadzisz. Masz świetny pomysł, opracowany biznesplan, który zacząłeś lub już wdrażasz krok po kroku. Wszystko wygląda bardzo obiecująco, jednak zastanawiasz się, jak zacząć skutecznie sprzedawać, aby z miesiąca na miesiąc wyniki firmy były coraz lepsze?

Nadszedł już czas na zwiększenie zysków i zorganizowanie sprzedaży tak, aby każdy jej aspekt był pod kontrolą. Aby Ci w tym pomóc, przygotowaliśmy ten e-book. Pokazujemy w nim, jak przy wykorzystaniu wielu pomocnych narzędzi online, przejść do zwiększenia sprzedaży, rozwoju i powiększania dochodów firmy. Potrzebujesz ich, aby pracować efektywniej i skuteczniej zarządzać biznesem, a w efekcie sukcesywnie generować większe przychody.

Wybraliśmy narzędzia nieprzypadkowo, bowiem łączy je ważna cecha – wszystkie zostały stworzone w Polsce i wszystkie odniosły sukces, co oznacza, że zostały sprawdzone w rozwoju firm już działających i rozpoznawalnych w świecie biznesu. To ważna informacja, która może dać Ci pewność, że zastosowanie wymienianych narzędzi jest niezawodne. Wszystkie ułatwiają sprzedaż, oszczędzają czas i prowadzą do automatyzacji procesów, które współczesna technologia może wykonywać lepiej niż człowiek. Na tym polega ich przewaga, ponieważ dzięki niej zyskasz czas na pracę z tymi aspektami sprzedaży, których narzędzia nie potrafią wykonać, takich jak np. dbanie o relacje biznesowe oparte na kontakcie z drugim człowiekiem.

Pamiętaj, że wiele z zaproponowanych narzędzi wspierających sprzedaż „osiągnie” swój największy potencjał dopiero w dopełnieniu z działaniami marketingowymi lub uzupełniając wyniki z obszaru zarządzania zespołem.

Twoja firma odniesie sukces, jeśli będzie napędzana sprzedażą.

Czytaj, inspiruj się, eksperymentuj, analizuj, wdrażaj! Niech lektura tego e-booka służy jak najefektywniej sukcesowi Twojej firmy Powodzenia!



Eliza Kruczkowska,

Dyrektor Departamentu Rozwoju Innowacji



Kamila Czaja,

Koordynator publikacji

Problemy początkujących przedsiębiorców

Nowa firma na starcie

Na osobę, która właśnie uruchomia swoje pierwsze firmę czyha wiele „zasadzek” związanych z: zarządzaniem, marketingiem, strategią, komunikowaniem się, zatrudnianiem pracowników lub podejmowaniem decyzji finansowych. Wiele z nich można „ominąć” dzięki temu, że przyszły przedsiębiorca zanim zarejestrował firmę, zdołał m.in.: przemyśleć jej słabe i mocne strony (analiza SWOT), zrozumiał potrzeby swojej grupy docelowej, przewidział stworzenie planu B na wypadek porażki czy konsultował swój pomysł biznesowy z zewnętrznymi specjalistami lub innymi, doświadczonymi przedsiębiorcami.

Na początku drogi biznesowej przeszkadza zarówno „hurraoptymizm” jak i podejście pesymistyczne. Prowadzenie przedsiębiorstwa wymaga posiadania otwartej głowy, skłonnej do elastycznego i bardzo zwinnego myślenia oraz dostrzegania szans biznesowych. Ważne jest także przewidywanie rozwoju firmy czy zatrudnianie pracowników, tworzenie zespołu, motywowanie i angażowanie. Jednym słowem: warto być przygotowanym, ale też szukać sposobów na automatyzację procesów, oszczędzanie czasu i pieniędzy. Po to właśnie przedsiębiorcy mają nowoczesne technologie.

Jeśli chodzi o finanse, to w przypadku niemal każdej firmy, jednym z największych wyzwań dla przedsiębiorców jest utrzymanie płynności finansowej, czyli posiadania zdolności do spłacania bieżących zobowiązań: wypłaty wynagrodzeń czy dokonywania zakupów, takich jak towary i usługi, potrzebnych do funkcjonowania firmy. Jak podaje na swoich stronach internetowych Centralny Ośrodek Informacji Gospodarczej, w Polsce codziennie powstaje około 1000 nowych firm, czyli nawet około 30 000 rocznie. W pierwszym roku upada aż 30% nowych biznesów, a po 5 latach nawet do 70%. Zamknięcie działalności niemal zawsze wymuszone jest przez utratę płynności finansowej.

Standardowe trudności i realny optymizm

Chociaż firm powstaje w Polsce dużo, to tylko nieliczne z nich odnoszą spektakularne sukcesy i równie niewielka ich liczba rozwija się, a następnie przekształca w stabilne przedsiębiorstwa. Co powoduje, że tylko części się udaje, a pozostali odchodzą w biznesową otchłań? Prawda jest taka, że powodów porażki firmy może być bardzo dużo. Jednak są grupy problemów, które najczęściej pojawiają się na początku biznesowej drogi. Jeśli początkujący przedsiębiorca będzie ich świadomy na starcie, to z wyprzedzeniem będzie też mógł opracować konkretne rozwiązania, uprzedzając tym samym wystąpienie poważnych trudności, mogących zachwiać całym przedsięwzięciem, a nawet je skutecznie przewrócić. Nieważne czy firma jest mikroprzedsiębiorstwem, czy po prostu nowym, znacznie większym MŚP, na początku łączy je jedno – mnóstwo procesów do zorganizowania oraz trudności do pokonania.



Przeszkody do przeskoczenia

- **Finansowanie.** Jedną z najpoważniejszych przeszkód w drodze na biznesowy szczyt jest finansowanie przedsięwzięcia. Skąd wziąć pieniądze, aby zamienić je w dobrze funkcjonującą firmę. Przedsiębiorcy mogą rozważyć m.in. kredyt bankowy, czasami pomoże leasing – np. w przypadku potrzeby posiadania przez firmę aut lub mogą sprawdzić możliwość otrzymania dotacji. Rozwiązaniem może być faktoring lub po prostu zaciągnięcie długu u... rodziny. Jeśli brakuje nam własnych oszczędności, to źródeł finansowania nowej firmy należy poszukać rozsądnie, analizując wady i zalety każdej opcji.
- **Zespół.** Obok trudności z finansowaniem, wymienić należy problemy ze znalezieniem odpowiednio wykwalifikowanej kadry, a następnie umiejętne zarządzanie zbudowanym zespołem. Właściwie dobrana kadra, to klucz do rozwoju pomysłu na produkt, jak i do rozwoju firmy. Znalezienie odpowiednich osób jest już wyzwaniem, a gdy już ich znajdziemy, to dochodzi jeszcze jeden proces do opanowania, czyli zarządzanie zespołem. Skuteczny model zarządzania pomaga zapanować nad chaosem w firmie i wspiera rozwój przedsięwzięcia.
- **Biznesplan.** Wśród barier w rozwoju nowych firm wymienia się również błędnie opracowany biznesplan, oparty o nietrafione lub niedoszacowane założenia, a także nieznaną potrzeb klientów i brak strategii marketingowej oraz pomysłu na sprzedaż.
- **Sprzedaż.** W MŚP najczęściej to cała firma jest podporządkowana procesowi sprzedaży. Aby stał się skuteczny, musi być prowadzony z uwagą w oparciu o proaktywność względem klientów, ale i reaktywność wobec ich potrzeb. Skuteczną sprzedaż warunkują m.in. znalezienie klienta, w tym wiedza o grupie docelowej, sposób sprzedaży – umiejętności prezentacji, perswazji czy negocjacji, a potem utrzymywanie relacji z klientami. Nowoczesne technologie ułatwiają każdy z etapów tego ważnego procesu, a narzędzia z zakresu Big Data, analityki czy marketingu, szybko podnoszą sprzedaż.

Sprzedaż jest silnikiem firmy.

Po co prowadzisz ten biznes?

Pomysł na działalność biznesową – kreatywny, nowy, wyróżniający się na tle konkurencji, będzie filarem istnienia firmy. Jednak nawet wymyślenie i opracowanie najbardziej innowacyjnego rozwiązania, nie jest gwarantem sukcesu bez umiejętności jego sprzedaży. Prowadząc każdy biznes, trzeba pamiętać, po co właściwie się go tworzy?

Odpowiedź wydaje się być oczywista, ale twórcy nowych firm, skupieni na opracowywaniu wszystkich aspektów i procesów w przedsiębiorstwie, często o tym zapominają. Biznes musi sprzedawać, a tak naprawdę zatrudnieni do tego ludzie – handlowcy lub całe zespoły sprzedaży.

Jednak na początku budowania firmy, zorganizowanie sprzedaży i stworzenie zespołu handlowego, to często dodatkowa pozycja w budżecie firmy. Dlatego w bardzo ogólnym zarysie, sprzedaż w nowo otwartej firmie można podzielić na trzy etapy – zarówno pod kątem organizacji sprzedaży, jak i narzędzi wspierających proces pozyskiwania i zarządzania bazą klientów.



○ **Etap 1. Zrobię to sam**

Rozkręcasz firmę i wszystko jest na Twojej głowie, w tym sprzedaż. Wycho- dzisz z założenia, że to nie jest jeszcze odpowiedni moment na powierzenie obowiązków specjalistom ds. sprzedaży. Stąd samodzielnie szukasz potencjal- nych klientów. Jak planujesz swoją pracę? Najczęściej jest to kartka papieru, notatnik lub program Excel. Nie masz czasu na wdrożenie innych, bardziej zaawansowanych rozwiązań, a nowe narzędzia wymagają poznania i naucze- nia się ich. A teraz po prostu nie masz na to czasu, bo musisz sprzedawać i zarządzać firmą. Dlatego testujesz przypadkowo znalezione lub polecane narzędzia. Skala Twojego biznesu jest jeszcze mała, zatem nie potrzebujesz zbytnio zaawansowanych rozwiązań.

○ **Etap 2. Sprzedaż zaskoczyła – czas ją uporządkować**

Udało się, znalazłeś sposób na skalowanie biznesu – zaczynasz sprzedawać do coraz większej bazy klientów. Tutaj zaczynają się schody, bo Twoja baza to przypadkowe notatki, kontakty porzucane w różnych plikach i progra- mach, e-mailach, etc. Na tym etapie zaczynasz poszukiwać rozwiązań poma- gających mocniej panować nad procesem sprzedaży i obsługi klienta. Wdra- żasz kilka różnych narzędzi i działasz dalej.

○ **Etap 3. Pracownicy, programy, kontrola**

Firma rozwinęła się i proces sprzedaży jest już sprawnie działającą machiną, czyli pracownicy sprzedają przede wszystkim skutecznie i powtarzalnie. Dlate- go szukasz narzędzi z wyższej lub górnej półki, które pozwolą Ci w łatwy spo- sób kontrolować pracę i jej efekty. To czas, gdy już nie obawiasz się automaty- zacji, która pozwala zaoszczędzić czas, a jednocześnie poprawia efektywność sprzedaży.

Na każdym z tych etapów potrzebujesz innych narzędzi, które pomogą Ci planować, rozwijać, kontrolować i realizować sprzedaż. Jednak pamiętaj – nie ma złotego środka – nie wystarczy wdrożyć jednego rozwiązania i już. Wymierne efekty zobaczysz dopiero wtedy, gdy stworzysz cały proces z wykorzystaniem odpowiednich, dostępnych na ryn- ku rozwiązań. W tym e-booku przedstawiamy ich kilkanaście – poznaj ich możliwości i następnie podejmij decyzję, które narzędzia są dla Twojej firmy odpowiednie.

Gdy na studiach zakładałem pierwszą swoją firmę, nie miałem pojęcia o biznesie, a szczególnie o tym, jak istotne jest pozyskiwanie klientów. Wtedy przekonałem się właśnie, że sprzedaż jest najważniejszym czynnikiem, który decyduje o powodzeniu lub porażce firmy. Prowadziłem najróżniejsze firmy, w których skupiałem się na tworzeniu usług oraz produktów, a nie – organizowaniu sprzedaży. Ta zazwyczaj udawała się przy okazji i niestety z różnym efektem. Po latach doświadczeń wiem, że sprzedaż można zaprojektować – tak jak sam pomysł w start-upie i wymaga to dużej kreatywności, która pomocna jest również do opracowywania innych ważnych procesów w firmie. Natomiast sprzedaż to złożony proces, który nie składa się tylko z takich etapów jak „pierwszy kontakt z klientem”, „przedstawienie oferty”, „negocjacje”. Sprzedaż, oprócz wymienionych etapów, składa się z dużo mniejszych lub większych działań, w tym np. przygotowania ofert i dokumentów, docierania do osób decyzyjnych, wysyłania e-maili, rozmów telefonicznych lub online, raportowania, etc. Dlatego nowoczesne narzędzia, wspierające handlowców, muszą uwzględniać wszystkie składowe procesy sprzedaży – wtedy dopiero realnie wspomagają i wzmacniają handlowców oraz całe działy sprzedaży.

Michał Skurowski, CEO, LIVESPACE



Wyjdź do klienta z produktem

Nieważne, na którym etapie z organizowaniem sprzedaży jesteś w swojej firmie. Ważne, abyś na każdym z nich działał według strategii sprzedażowej.

Jak ją przygotować? Na początek „wejdź w buty klienta” i odpowiedz sobie na kilka pytań dotyczących produktu i przede wszystkim klientów, bo to oni mają kupować. Postawienie się w sytuacji klienta pozwoli Ci zrozumieć jego potrzeby, które realizuje Twój produkt i korzyści płynące z jego stosowania. Ułatwi Ci to opowiadanie o produkcie przez pryzmat korzyści dla klienta.

Odpowiedz sobie na pytania:

- Co oferuję?
- Czym mój produkt wyróżnia się na rynku?
- Jakie potrzeby zaspokaja?
- Jakie korzyści ma klient ze stosowania produktu, a jakich korzyści oczekuje?
- Kto jest moim idealnym klientem?
- Kto nie jest moim klientem?
- Gdzie spotkam swojego klienta?

Odpowiedź na powyższe pytania pozwoli Ci też bliżej poznać grupę docelową, co jest jednym z kluczowych etapów przygotowania do sprzedaży. Zarówno w marketingu, jak i w sprzedaży precyzyjne określenie tego, do kogo kierujemy ofertę jest podstawą sukcesu. Celowanie z produktem lub usługą do szerokiego grona odbiorców i czekanie, aż ktoś z nich się zainteresuje, jest najmniej efektywną strategią pozyskiwania klientów. W dodatku dosyć kosztowną. Zatem poznaj dokładnie swojego klienta: jego potrzeby, motywacje, zainteresowania – im więcej o nim będziesz wiedzieć, tym trafniej określisz ścieżki dotarcia do niego z ofertą i argumenty przekonujące go do zakupu.

3

Narzędzia wspierające sprzedaż

Wiesz już do kogo dokładnie kierujesz swój produkt – zdefiniowałeś klienta oraz przygotowałeś ofertę z prezentacją korzyści. Czas na sprzedaż.

Przedstawiamy polskie narzędzia wspierające proces sprzedaży na różnym etapie. Poznaj je, przeanalizuj i sam zdecyduj, które z nich idealnie odpowiadają na Twoje potrzeby i będą skutecznie wspierały proces sprzedaży w firmie.

Pamiętaj.

Jeśli teraz Twoja firma nie potrzebuje rozwiązań automatyzujących różnego rodzaju procesy, w tym procesu sprzedaży, to w przyszłości, aby skalować biznes i więcej sprzedawać, automatyzacja jednak będzie niezbędna. Dlaczego? Przede wszystkim, aby wyeliminować przypadkowość oraz chaos, bowiem aby szybciej, skuteczniej i na większą skalę sprzedawać – potrzebny jest plan, kontrola, dotarcie do klientów, egzekucja wyników.

Wiele z przedstawionych w e-booku narzędzi sprzedażowych powstało pod wpływem realnych potrzeb ich twórców, dlatego tym bardziej zachęcamy Cię do poznania dostępnych rozwiązań i wdrożenia tych, które najpełniej spełniają Twoje potrzeby.

Na pomysł stworzenia Sellizera wpadłem ponad cztery lata temu. Byłem wtedy handlowcem „na swoim”, dlatego musiałem szybko i przede wszystkim skutecznie sprzedawać. Wysyłałem sporo ofert handlowych, ale nie miałem czasu obdzwaniania wszystkich z prozaimicznym pytaniem: „czy udało się zapoznać z naszą ofertą?” Szukałem rozwiązania, które pozwoli ominąć mi ten proces, bo był on dosyć czasochłonny. Wtedy stworzyliśmy Sellizera. W pierwotnej wersji mogłem wysyłać oferty i dzwonić tylko do tych klientów, którzy faktycznie byli zainteresowani, tj. otworzyli ofertę i spędzili na jej czytaniu / przeglądaniu przynajmniej 3 minuty. To był sukces! Po zamknięciu kwartału miałem o 20% lepsze wyniki niż 2 pozostałych handlowców, co pchnęło nas do rozwijania naszego rozwiązania i znalezienia finansowania.

Marcin Zaborowski, SELLIZER



MAPA NARZĘDZI WSPIERAJĄCYCH SPRZEDAŻ W NOWEJ FIRMIE

KROK 1. PLANOWANIE

- Zaplanuj pracę własną i zespołu:
NOZBE. Aplikacja do zarządzania zadaniami i projektami.



1

2



KROK 2. ZARZĄDZAJ FIRMĄ I SPRZEDAŻĄ

- Zarządzaj całą firmą online:
FIRMAO. Platforma online do zarządzania firmą.
- Zaplanuj i zarządzaj całym procesem sprzedaży:
LIVSPACE. Platforma CRM online.
- Kontroluj proces sprzedaży ze wsparciem asystenta:
EDWARD.AI Mobilny asystent sprzedaży.

KROK 3. DOTRZYJ DO KLIENTA Z PRODUKTEM / USŁUGĄ

Realizuj działania marketingu online z jednego miejsca:

GETRESPONSE. Platforma do zarządzania marketingiem online.

SALESMANAGO. Platforma do personalizowania komunikacji marketingowej.

Samodzielnie stwórz landing page.

LANDINGI. Platforma do tworzenia landing page.

Wyślij do klienta e-mail sprzedażowy.

FRESHMAIL. Platforma do kompleksowego e-mail marketingu.

Analizuj swoje profile firmowe w mediach społecznościowych.

SOTRENDER. Platforma do analizy firmowych profili w mediach społecznościowych.

Marketing i sprzedaż w jednym miejscu:

USER.COM. Platforma do marketingu i sprzedaży online.



4



KROK 4. ROZMOWA Z KLIENTEM

Porozmawiaj z klientem odwiedzającym stronę firmową:

CALLPAGE. Widget umożliwiający rozmowy z klientami wchodzącymi na strony firmowe.

TIDIO. Aplikacja do rozmów z klientami na stronie.

LIVECHAT. Aplikacja umożliwiająca online konwersację z klientem na stronie.

KROK 5. OFERTOWANIE

- **Dowiedz się, czy klient faktycznie chce od Ciebie kupić:**
SELLIZER. Aplikacja wspierająca sprzedaż i relacje z klientami.
- **Zaplanuj spotkanie z klientem:**
APPOINT.LY. Aplikacja do umawiania spotkań.
- **Przedstaw klientowi ofertę osobiście, ale i online oraz porozmawiaj o szczegółach współpracy:**
CLICKMEETING. Aplikacja umożliwiająca transmisję webinarów i spotkań online.



KROK 6. FINALIZUJ SPRZEDAŻ

- **Podpisz umowę z klientem online:**
AUTENTI. Platforma do zdalnego podpisywania dokumentów i umów.



PRZEGLĄD NARZĘDZI

PRACA ODPOWIEDNIO ZAPLANOWANA



NOZBE

Aplikacja do zarządzania zadaniami i projektami. Polska aplikacja, która powstała w 2005 roku, a jej twórcą jest Michał Śliwiński. Obecnie, jak podaje firma, używa jej 500 tysięcy profesjonalistów z całego świata. Główną ideą Nozbe jest poprawa produktywności w firmie, poprzez sprawne zarządzanie zadaniami i projektami, przy wsparciu takich funkcji jak priorytetyzowanie poszczególnych działań. Narzędzie świetnie sprawdza się w pracy zespołów rozproszonych po biurze i świecie. Można używać go z dowolnego miejsca i urządzenia: komputer, smartfon, tablet. Plus za możliwość współpracy z zewnętrznymi aplikacjami, takimi jak **Evernote**, dokumentów i kalendarza **Google** oraz **Microsoft Office**, plików **Dropbox**, etc.

NOZBE w codziennej pracy:

- Pomaga tworzyć i zarządzać zadaniami i projektami, w tym wyznaczać terminy ich realizacji, przypisywać kategorie i wykonawców.
- Umożliwia szybkie dodawanie kolejnych zadań za pomocą hashtagów.
- Pozwala przekształcać e-maile w konkretne zadania i przypisywać do nich parametry i komentarze.
- Wspiera współpracę w grupach projektowych poprzez możliwość współdziałania projektów i komunikowanie się poprzez zadania przy użyciu komentarzy i załączników.
- Informuje o oddelegowanych zadaniach, zbliżających się terminach oraz wyświetla zadania na osi czasu.

Dzięki NOZBE:

- Zawsze o wszystkim pamiętasz.
- Ustawiasz priorytet zadań i projektów.
- Delegujesz pracę.
- Śledzisz i mierzysz produktywność własną i zespołu.

Więcej informacji na: nozbe.com

FIRMAO

Platforma online do zarządzania firmą. Zarządzanie relacjami z klientem (CRM), zadania, projekty, kalendarz, ewidencja czasu pracy, fakturowanie, ewidencja środków trwałych i sprzętu firmowego, Livechat, Callback, masowa wysyłka mailingu i ankiet, to tylko niektóre możliwości Firmao – oprogramowania do zarządzania firmą online. Aplikacja została stworzona do zarządzania małymi i średnimi przedsiębiorstwami.

Firmao w codziennej pracy:

- Pomaga kompleksowo zarządzać firmą z każdego miejsca, bez konieczności instalowania złożonego oprogramowania na komputerach firmowych.
- System można łatwo zintegrować z zewnętrzną aplikacją Livechat, dzięki czemu zbierane ze strony kontakty trafiają do CRM.

Dzięki Firmao

- Będziesz mieć wszystkie kluczowe procesy w firmie pod kontrolą.

Więcej informacji na firmao.pl

ZAPLANOWANY I ZOPTYMALIZOWANY PROCES SPRZEDAŻY



LIVESPACE

Platforma CRM online. Livespace to CRM nowej generacji, którego głównym celem jest zwiększenie produktywności zespołów sprzedaży B2B, poprzez organizację powtarzalności, mierzalności i skalowaniu procesu sprzedaży. Dzięki takim funkcjom jak segmentacja klientów, karta celów i wyników, statystyki i raporty, zarządzanie wiedzą, sprzedaż z Livespace na każdym etapie jest kontrolowana, a poszczególne zespoły handlowe i handlowcy dokładnie wiedzą, kiedy i jak kontaktować się z potencjalnym klientem, aby domknąć proces sprzedaży.

Livespace w codziennej pracy:

- Pomaga precyzyjniej prognozować wyniki sprzedaży.
- Jest pomocne przy zorganizowaniu całego procesu sprzedaży, dzięki czemu kontakty z potencjalnymi klientami nie są przypadkowe.
- Podnosi skuteczność handlowców, którzy pozyskują więcej klientów z tej samej liczby leadów.
- Praca zespołu sprzedażowego jest dokładnie zaplanowana, a przez to szybsza i skuteczniejsza.

Dzięki Livespace:

- Poukładasz pracę i zwiększysz skuteczność działu sprzedaży.
- Skrócisz czas pozyskania klienta.

Więcej informacji na: livespace.io



EDWARD.AI

Mobilny asystent sprzedaży, opracowany z myślą o handlowcach w terenie i ich managerach. Działa w oparciu o wykorzystanie sztucznej inteligencji, która łączy dane z różnych źródeł, takich jak e-mail, telefon, kalendarz, a następnie analizuje i generuje porady pozwalające zwiększyć sprzedaż.

Edward.ai w codziennej pracy:

- Pomaga w tworzeniu notatek – których nawet nie trzeba pisać samodzielnie, ale podyktować Edwardowi.ai. Ten zamienia je w tekst i trafiają do bazy w CRM.
- Generuje codzienne raporty oraz przypomina o nadchodzących wydarzeniach – spotkaniach czy rozmowach telefonicznych z klientami.
- Asystent Edward.ai przypomina o zadaniach, m.in. o wysłaniu oferty, kontakcie z klientem w określonym terminie.
- System zadba o to, aby baza w CRM była aktualna – samodzielnie umieści w nim info o aktywnościach sprzedażowych.

Dzięki Edwardowi.ai:

- Nie zapomnisz odezwać się do klienta w umówionym czasie.
- Zaoszczędzisz czas związany z uzupełnianiem informacji w CRM i przygotowaniem raportów.
- Jeśli posiadasz zespół handlowców – będziesz na bieżąco miał wgląd do ich pracy.

Więcej informacji na edward.ai

GETRESPONSE

Platforma do zarządzania marketingiem online. Getresponse to platforma z pełnym zestawem rozwiązań do prowadzenia działań marketingowych w sieci nakierowanych na pozyskiwanie klientów i sprzedaż. Platforma Getresponse służy do realizacji szeroko zakrojonych kampanii marketingowych, nastawionych na wyniki i zwrot z inwestycji. Integruje różnego rodzaju narzędzia marketingowe, w tym e-mail marketing, marketing automation, landing pages, edytor grafik, formularze zapisu, webinary, CRM oraz Perfect Timing (dostarczanie wiadomości dokładnie wtedy, kiedy Twój subskrybent chce ją przeczytać). Wspiera marketerów w tworzeniu targetowanych list subskrybentów, wysyłce newsletterów i kampanii follow-up.

Getresponse w codziennej pracy:

- Masz dostęp do pełnego zestawu narzędzi do marketingu i sprzedaży.
- Śledzisz zachowania klientów i tworzysz ich profile, a przez to możesz generować leady wysokiej jakości.
- Budujesz relacje z klientami poprzez regularny i zaplanowany kontakt.
- Oszczędzasz czas, dzięki zaplanowanej komunikacji sprzedażowej.

Dzięki Getresponse:

- Dotrzesz do swoich klientów.
- Stworzysz bazę wartościowych dla Twojego biznesu klientów.

Więcej informacji na: getresponse.pl

SALESMANAGO

Platforma do personalizowania komunikacji marketingowej. SALESmanago jest narzędziem służącym automatyzacji marketingu, które wykorzystuje technologię AI & Machine Learning. Narzędzie pozwala tworzyć kompletne profile behawioralne i transakcyjne milionów konsumentów. Z pomocą takich danych można realizować spersonalizowaną komunikację marketingową we wszystkich kanałach, takich jak: e-mail marketing, dynamiczne treści na stronie internetowej, urządzenia przenośne, media społecznościowe, sieci reklamowe i sprzedaż bezpośrednia.

SALESmanago w codziennej pracy:

- Poprzez wiarygodną personalizację podnosi skuteczność działań sprzedażowych.
- Oszczędza czas – jest używane kompleksowo.
- Zmniejsza koszty prowadzenia działań marketingowych.

Dzięki SALESmanago:

- Identyfikujesz swoich klientów i znasz ich zachowania w sieci.
- Docierasz do nich z ofertą i produktami, których poszukują.
- Komunikujesz się z nimi, zwracając po imieniu.

Więcej informacji na salesmanago.pl

LANDINGI

Platforma do tworzenia landing page. Landingi to platforma, dzięki której w łatwy i intuicyjny sposób można przygotować strony docelowe marki, produktu, usługi, które wyświetlają się użytkownikom po kliknięciu w link w kampaniach reklamowych prowadzonych w Google Ads, Facebook Ads, linki sponsorowane, etc. Dzięki aplikacji Landingi nie trzeba angażować programisty ani grafika do stworzenia odpowiedniej strony docelowej kampanii, gdyż platforma ma przygotowane ponad 200 gotowych szablonów do wykorzystania.

Landingi w codziennej pracy:

- Pozwalają tworzyć strony docelowe, które są nastawione na zaprezentowanie użytkownikowi produktu lub usługi, czyli oferty firmy.
- Stosowanie landing pages zwiększa skuteczność kampanii.
- Są pomocne w generowaniu nowych leadów – kontaktów do potencjalnych klientów.

Dzięki Landingi:

- Zwiększysz skuteczność kampanii reklamowych oraz będziesz monitorować na bieżąco efektywność swoich landing pages sprzedażowych.

Więcej informacji na: landingi.com

WYŚLIJ E-MAIL SPRZEDAŻOWY DO KLIENTÓW



FRESHMAIL

FRESHMAIL

Platforma do kompleksowego e-mail marketingu. Freshmail to narzędzie do e-mail marketingu, wysyłki SMS i webinarów. Platforma ma dziesiątki gotowych szablonów maili, które wystarczy uzupełnić własną treścią, a następnie uruchomić kampanię reklamową. Dodatkowo kampanie e-mail marketingu mogą zostać wsparte wysyłką kampanii SMS.

Freshmail w codziennej pracy:

- Stworzysz skuteczne kampanie mailowe do własnej bazy klientów.
- Zaplanujesz wysyłki cykliczne.
- Prześledzisz rezultaty swoich działań.

Dzięki Freshmail:

- Możesz pozyskać nowych klientów na swoje produkty lub usługi.

Więcej informacji na stronie: freshmail.pl

SOTRENDER

Sotrender to narzędzie służące do mierzenia skuteczności komunikacji w social mediach oraz raportowania prowadzonych tam działań. Jest również doskonałym narzędziem analitycznym, pozwalającym poznać użytkowników / fanów marki w jej kanałach społecznościowych. Wyróżnia się rzetelnością danych, przejrzystym interfejsem, łatwością korzystania, szybkością ustawienia preferencji oraz wsparciem zespołu Sotrendera.

Sotrender w codziennej pracy:

- Pomaga w optymalizacji działań w mediach społecznościowych, ustaleniu i zrozumieniu grupy docelowej oraz preferencji odbiorców. Oferowane rozwiązania ułatwią pozyskiwanie klientów w oparciu o przejrzyste rozwiązania technologiczne.
- Pozwala wygenerować indywidualne raporty i badania na temat użytkowników mediów społecznościowych.

Dzięki Sotrender:

- Lepiej poznasz fanów swojej marki w mediach społecznościowych.

Więcej informacji na sotrender.com

USER.COM

Narzędzie do marketingu internetowego. Pozwala zrozumieć intencję odwiedzającego witrynę i zautomatyzować wielokanałową komunikację odpowiadającą jego zainteresowaniom. Umożliwia zbieranie danych o użytkownikach odwiedzających stronę – po to, aby umożliwić wysyłkę spersonalizowanych wiadomości w formach: maili, SMSów / połączeń telefonicznych, wiadomości na czacie, formularzy, notyfikacji push czy pop-upów.

User.com w codziennej pracy:

- Zastępuje pracę od kilku do kilkudziesięciu osób.
- Dostarcza i analizuje dane, co zwiększa skuteczność sprzedażową.
- Pomaga pielęgnować stałe relacje z klientem.

Dzięki User.com:

- Zwiększasz sprzedaż, zmniejszając koszty marketingu.
- Docierasz do klientów w odpowiednim czasie z personalną komunikacją.
- Zmniejszasz czas podejmowania decyzji zakupowej.

Więcej informacji na user.com

CALLPAGE

Widget umożliwiający rozmowy z klientami wchodzącymi na strony firmowe. Dzięki instalacji na stronie firmowej, produktowej lub innej rozwiązania firmy Callpage, osoby odpowiedzialne za sprzedaż mogą porozmawiać z potencjalnymi klientami odwiedzającymi stronę. W ciągu zaledwie 28 sekund od wpisania danych do specjalnego formularza kontaktowego, Callpage automatycznie łączy klienta z konsultantem lub handlowcem. Jak działa? Jeśli użytkownik na stronie wyrazi zainteresowanie ofertą firmy, to zostawia swoje dane do kontaktu, w tym koniecznie numer telefonu, a następnie konsultant lub osoba odpowiedzialna za sprzedaż oddzwania do potencjalnego klienta. Firma ma ponad 2 miliony klientów na całym świecie, w tym takich gigantów jak Virgin, UPC, Medcover.

Callpage w codziennej pracy:

- Od razu masz możliwość rozmowy z klientem obecnym na stronie. Dzięki temu możesz przyciągnąć jego uwagę i od razu odpowiedzieć na nurtujące pytania oraz przedstawić ofertę.
- Umożliwia przejrzanie historii rozmów, a także ułatwia zdobycie numerów telefonów klientów. Dzięki funkcji rejestracji rozmów, pozwala odsłuchać i przeanalizować wybrane rozmowy z klientami.
- Pozwala zdobyć więcej informacji o potencjalnych klientach – jak firma, e-mail, stanowisko, etc.

Dzięki Callpage:

- Zamienisz osoby odwiedzające stronę w klientów.
- Przyspieszysz proces kontaktu z potencjalnym klientem.
- Przeanalizujesz pracę konsultantów.
- Zbierzesz dane o potencjalnych klientach.

Więcej informacji: callpage.pl

POROZMAWIAJ Z KLIENTEM



TIDIO

Aplikacja do rozmów z klientami na stronie. Tidio to rozwiązanie typu live chat skierowane do małych i średnich firm. Jest siódmym najpopularniejszym tego typu rozwiązaniem na świecie. Tidio opracowało własną, unikatową technologię do tworzenia chatbotów.

Tidio w codziennej pracy:

- Przyśpiesza i upraszcza kontakt z klientem poprzez stronę internetową.
- Pokazuje, jakie działania marketingowe dają najlepsze efekty.
- Automatyzuje zachowania oraz umożliwia przygotowanie scenariuszy automatycznych rozmów z klientami.

Więcej informacji na: tidio.com

POCZATUJ Z KLIENTEM NA STRONIE

LIVECHAT



Aplikacja umożliwiająca konwersację online z klientem na stronie. Narzędzie do internetowej obsługi klientów odwiedzających stronę firmową, produktową lub sprzedażową. Umożliwia działania marketingu online i analitykę ruchu na witrynie internetowej. Powstała z myślą zarówno o małych, jak i dużych przedsiębiorstwach, a jej głównym celem jest wsparcie tradycyjnych metod sprzedaży w biznesie. Obecnie Livechat dostępny jest na rynku międzynarodowym, gdzie korzysta z niego aż 28 tysięcy klientów ze 150 krajów świata. Do klientów firmy należą m.in. międzynarodowi giganci, jak: Adobe, Samsung, Pizza Hut, Orange, Ryanair, a nawet Departament Stanu USA. Firma notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych.

Livechat w codziennej pracy:

- Umożliwia odpowiadanie na pytania użytkowników na stronie, a także inicjowanie rozmów z osobami przebywającymi na witrynie.
- Agreguje dane na temat ruchu na witrynie internetowej i uzyskuje informacje na temat zachowania klientów na portalu.
- System jest w stanie zidentyfikować potencjalnych klientów wśród osób odwiedzających stronę, a wszystko dzięki aktualizowanej bazie na temat decyzji zakupowych 65 milionów użytkowników miesięcznie.

Dzięki Livechat:

- Porozmawiasz w czasie rzeczywistym z klientem odwiedzającym stronę internetową.
- Odpowiesz szybko na wszystkie pytania klienta.
- Zaangażujesz użytkowników strony internetowej w rozmowę.
- Prześledzisz zachowania klientów na stronie.

Więcej informacji na: livechat.pl

DOWIEDZ SIĘ, CZY KLIENY FAKTYCZNIE CHCE OD CIEBE KUPIĆ



SELLIZER

Aplikacja skracająca proces sprzedaży. Aplikacja umożliwia szybkie wysyłanie spersonalizowanych ofert i monitorowanie, czy klient otworzył wysłaną do niego ofertę handlową oraz co przeglądał. Sellizer wysyła powiadomienie, za każdym razem kiedy klient otworzy ofertę, co pozwala handlowcowi zareagować i zadzwonić w odpowiednim czasie do klienta, np. gdy ten akurat czyta ofertę. W aplikacji znajdują się dodatkowe analizy, pokazujące zainteresowanie daną ofertą oraz wiele modułów ułatwiających pracę handlowca: repozytorium ofert, moduł automatyzacji, kody remarketingowe itp. Samo wdrożenie Sellizera w zespole zajmuje tylko 30 minut. W dodatku można go używać samodzielnie lub zintegrować z używanym systemem CRM czy programem pocztowym.

Sellizer w codziennej pracy:

- Umożliwia planowanie w czasie wysyłki ofert z własnego konta e-mail, nawet z kilkoma plikami jednocześnie.
- Pokazuje statystyki otwarć e-maili i załączników, a także podpowiada, które strony oferty szczególnie zainteresowały potencjalnego klienta.
- Pozwala na omawianie oferty z klientami wraz ze statystykami w czasie rzeczywistym.
- Pomaga zwiększyć liczbę leadów przez możliwość remarketingu dla klientów przeglądających oferty.
- Autorskie algorytmy, wspomagane uczeniem maszynowym określają prawdopodobieństwo wygrania oferty.
- Wspiera w zarządzaniu zespołem handlowym i bieżącym monitorowaniu efektów pracy poprzez rozbudowane statystyki i raporty.

Dzięki SELLIZER:

- Skrócisz i uprościsz proces sprzedaży oraz zwiększysz sprzedaż.
- Zyskasz pewność, że każda oferta doszła i oszczędzisz nerwy.
- Sprawdzisz, na jakie części oferty reagują i co w niej zmienić.
- Dowiesz się, którzy klienci czytają Twoje oferty i kto faktycznie chce kupić.

Więcej informacji na: sellizer.pl

Skorzystaj z 20% Promocji!

Zarejestruj się na 30 dniowy trial i odbierz 20% zniżki przy zakupie oprogramowania!
Skorzystaj z tego linku: <https://app.sellizer.pl/partner/PFRISALES>

Kod zniżkowy: PFRISALES

APPOINT.LY

Aplikacja do umawiania spotkań. Appoint.ly to narzędzie pomagające zarządzać planem dnia, poprzez umawianie spotkań w dogodnym terminie, odpowiadającym każdej ze stron. Dzięki aplikacji nie trzeba już poświęcać czasu na planowanie i ustalanie terminów spotkań – po zalogowaniu się do prostej w obsłudze platformy, aplikacja ustali terminy spotkań.

Appoint.ly w codziennej pracy:

- Kiedy umówisz się na spotkanie, automatycznie informacja ta zostanie dodana do kalendarza Google, Office czy iCal – dzięki automatycznej integracji kalendarzy.
- Program wyśle do Ciebie przypomnienie mailowe o spotkaniu.
Nie będziesz mieć spotkań zaraz po sobie, gdyż program planuje je w określonych odstępach czasu.
- Masz klientów z różnych stref czasowych? Appoint.ly zarządza spotkaniami w różnych strefach czasowych.

Dzięki Appoint.ly:

- Będziesz mieć uporządkowany plan spotkań z klientami i partnerami biznesowymi.
- Nie zapomnisz o spotkaniu, bo program przyśle Ci przypomnienie.

Więcej informacji na appoint.ly

Clickmeeting

Aplikacja umożliwiająca transmisję webinarów. Clickmeeting to platforma, dzięki której zorganizujesz webinarium dla swoich klientów, partnerów biznesowych, pracowników. Rozwiązanie przygotowane z myślą o działach sprzedaży, marketingu i szkoleń. Clickmeeting świetnie sprawdzi się jako narzędzie do prezentacji produktów potencjalnym klientom lub do organizacji szkolenia na temat jego działania. W biznesie, gdzie liczy się czas, to również idealne rozwiązanie do prowadzenia spotkań biznesowych i wideokonferencji.

Clickmeeting w codziennej pracy:

- Jest wsparciem dla działów sprzedaży, bowiem daje możliwość zaprezentowania produktu zainteresowanym klientom bez konieczności osobistego kontaktu. Przez to osoby odpowiedzialne za sprzedaż mogą zaoszczędzić czas związany z podróżami do potencjalnych klientów.
- Platforma jest prosta w obsłudze – zaplanowanie webinarium zajmuje tylko chwilę. Nie trzeba przechodzić specjalnych szkoleń, aby wdrożyć rozwiązanie w firmie.
- Działa na wszystkich rodzajach urządzeń.
- Możesz przedstawić prezentację slajdów lub film, a dodatkowo wspólnie z klientem przejrzysz potrzebne dokumenty.

Dzięki Clickmeeting:

- Spotkasz się „twarzą w twarz”, ale online z potencjalnym klientem.
- Zaprezentujesz produkt i odpowiesz na wszystkie dodatkowe pytania – nie tracąc czasu na podróże służbowe.
- Zwiększysz sprzedaż poprzez edukację na temat produktu.
- Zoptymalizujesz czas poświęcany w firmie na spotkania, telefony.
- Łatwiej zbudujesz relacje z klientami niż poprzez sam kontakt telefoniczny i e-mailowy.

Więcej informacji na clickmeeting.com

PODPISZ UMOWĘ ONLINE



AUTENTI

Platforma do zdalnego podpisywania dokumentów i umów. Autenti to platforma do podpisywania umów, dokumentów online, w tym również poprzez urządzenia mobilne. Zawierane przez Autenti umowy są prawnie wiążące na terenie całej Unii Europejskiej. W Autenti podpiszesz każdy rodzaj dokumentów, w tym kontrakty z klientami, umowy NDA, zamówienia, kosztorysy, oferty przetargowe, faktury korygujące, umowy sprzedaży i inwestycyjne i wiele innych.

Autenti w codziennej pracy:

- Skraca czas podpisywanych umów i dokumentów.
- Oszczędza pieniądze związane z drukowaniem i przesyłaniem dokumentów, a także miejsce związane z ich przechowywaniem.
- Wszystkie dokumenty są bezpieczne i wgląd mają do nich jedynie osoby uprawnione.

Dzięki Autenti:

- Skrócisz czas do zamknięcia transakcji handlowej – dokumenty podpisujesz, jak tylko obie strony zaakceptują umowę.
- Masz wszystkie swoje dokumenty w jednym miejscu.

Więcej informacji na: autenti.com

ZAPYTAJ KLIENTÓW, CZEGO CHCĄ



SURVICATE

Narzędzie do przeprowadzania ankiet wśród klientów. Poprzez pełną automatyzację zwiększa dotarcie do preferencji klientów, którzy dzielą się opiniami na temat produktu w różnych kanałach internetowych. To wydajne i kompleksowe rozwiązanie do gromadzenia postaw użytkowników, wiedzy o nich i o tym, co firma może udoskonalić i zaoferować klientom, aby zwiększyć ich lojalność.

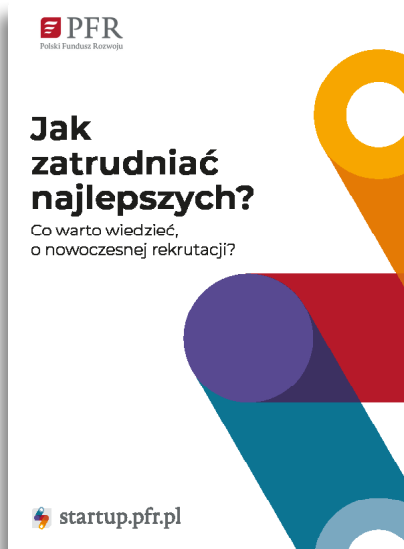
Survicate w codziennej pracy:

- Zmniejszysz koszty pozyskania wiedzy o zachowaniu i potrzebach klientów.
- Oszczędzisz czas pracy i zmniejszysz koszty udoskonalania produktu.
- Otrzymasz prawdziwy i rzetelny feedback.

Dzięki Survicate:

- Poznasz potrzeby i opinie Twoich klientów.
- Usprawnisz swój produkt, usługę, ofertę.
- Stworzysz strategię rozwoju firmy, opartą o prawdziwe potrzeby klientów.

Więcej informacji na survicate.com



**Dowiedz się
więcej na:**
www.startup.pfr.pl

