

Spis treści

PODZIĘKOWANIA	5
WSTĘP	9
AKT I. FAZA „PRZED”	33
ROZDZIAŁ 1. Wybór rynku docelowego	35
ROZDZIAŁ 2. Opracowywanie komunikatu	47
ROZDZIAŁ 3. Docieranie do potencjalnych klientów za pomocą mediów reklamowych	85
AKT II. FAZA „W TRAKCIE”	107
ROZDZIAŁ 4. Pozyskiwanie leadów	109
ROZDZIAŁ 5. Pielęgnowanie relacji z leadami	119
ROZDZIAŁ 6. Konwersja sprzedażowa	141
AKT III. FAZA „PO”	165
ROZDZIAŁ 7. Zapewnianie obsługi na światowym poziomie	167
ROZDZIAŁ 8. Zwiększanie wartości życiowej klienta	193
ROZDZIAŁ 9. Aranżowanie i stymulowanie pozyskiwania poleceń	217
PODSUMOWANIE	233
O AUTORZE	243