

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