

Spis treści

E-commerce B2B - wielkość segmentu, perspektywy rozwoju i główne trendy Katarzyna Zajchowska	11
Czy B2B e-commerce jest mi potrzebny? Zdefiniowanie celów organizacji sprzedażowej. Platforma B2B omnichannel Justyna Skorupska	17
Kim jest mój klient B2B? Jakie są jego zachowania i potrzeby? Czym się różni od klienta B2C? Czym jest buyer persona? Jędrzej Łapacz	27
Co stanowi największe bariery we wdrażaniu cyfrowej transformacji? Jakie rozwiązania i taktyki wprowadzić, aby mimo przeszkód skutecznie realizować projekty cyfrowej zmiany? Ewa Bednarz	30
Wartościowy content B2B? Skuteczne sposoby na pozyskanie uwagi klienta biznesowego Marta Ostrowska	38
Marketing i komunikacja w e-commerce B2B Barbara Matkowska-Wtosek	47
E-merchandising - ki diabeł? Justyna Skorupska	60

Co powinno zostać w organizacji, a co można outsourcować? Czego wymagać od podwykonawców? Konrad Wąsiel	66
Rola marketplace we współczesnym i przyszłym B2B e-commerce Piotr Truszkowski	78
Jak zminimalizować ryzyko cyberataków w e-commerce? Ryszard Łach	85
Podstawy prawa e-handlu. O czym należy pamiętać przy sprzedaży B2B? Witold Chomiczewski, dr Katarzyna Szepelak	89
Płatności i finansowanie w e-commerce B2B Ewa Kraińska	101
W jaki sposób zbudować i zintegrować dział e-commerce w strukturach firmy? Jakub Cierszyński	106
Projekt „Role i kompetencje potrzebne w B2B e-commerce” Cezary Brzozowski, Sebastian Mądrachowski, Michał Wojciechowicz	112
Efektywne zarządzanie projektem wdrożeńowym w e-commerce Jacek Szwankowski	134
Strategiczne podejście do uruchomienia kanału e-commerce B2B Artur Piekarczyk	143
Omnichannel: wzmocnienie, a nie kanibalizacja Artur Piekarczyk	148

Jak architektura IT wspiera cyfrową transformację świata B2B?	153
Mateusz Skowron. Paweł Łancewicz	
Rozwój zwinnych kompetencji projektowych - niezbędny element przetrwania w świecie postCON/ID	160
Karolina Kaczor	
Zakończenie	163
Ankieta	165
Bibliografia	173