

SPIIS TREŚCI

Wstęp. Pierwsze pokolenie	7
---------------------------------	---

Część 1. Zaczynamy korzystać z AI

1. Początek wszystkiego	15
2. Sztuczna inteligencja zawsze i wszędzie	19
3. Następny poziom: czy osobliwość technologiczna jest blisko?	24
4. Bioniczny człowiek	26
5. Cztery elementy inteligencji sprzedażowej	33

Część 2. Roboty rządu

6. Kłamstwo, kłamstwo... i problemy	43
7. Roboty mają cele, ale nie mają emocji	45
8. Uważaj na efekt autorytetu	49
9. Zaprzągnij generatywną sztuczną inteligencję do pracy	52
10. Prawa robotów	56

Część 3. Zyskaj więcej czasu, by sprzedawać więcej

11. Dyscyplina czasowa	63
12. Podstawy zarządzania sobą	67
13. Kontrola uwagi i planowanie bloków czasowych	72
14. Planowanie dnia sprzedażowego, zarządzanie relacjami z klientami i organizacja kalendarza	76

15. Pierwsze siedem kroków Twojej podróży z AI	83
16. Audyt wykorzystania czasu	86
17. Burza mózgów i ustalenie priorytetów w zakresie wykorzystywania możliwości AI	92
18. Praktyka i prompty	104
Część 4. Pisanie, gramatyka i komunikacja	
19. Jeśli coś kwacze jak kaczką... ..	119
20. Pisz i redaguj lepiej	126
21. Siła redakcji	131
22. AI pisze szybciej, ale Ty jesteś lepszym człowiekiem	147
Część 5. Prospekting	
23. Asynchroniczny sprzedawca	153
24. Prospekting synchroniczny kontra asynchroniczny	159
25. Potężny partner w prospektingu	163
26. Sekwencje prospektingowe	166
27. Targetowane listy prospektingowe	176
28. Treść ma znaczenie	183
29. Powolny prospekting	197
Część 6. Kwalifikacja, planowanie przed rozmową, odkrywanie potrzeb klienta	
30. Wszystko w sprzedaży zaczyna się od kwalifikowanej szansy	209
31. Sztuka odkrywania potrzeb klienta	214
32. Ośiem błędów, których należy unikać podczas procesu odkrywania potrzeb klienta	219
33. Badania przed rozmową rozpoznawczą	226
34. Pytania odkrywcze: czego chcesz się dowiedzieć?	238

Część 7. Zamknięcie transakcji

35.	Analiza konkurencji i zapobieganie obiekcjom	257
36.	Oferty wspomagane sztuczną inteligencją	262
37.	Zamykanie sprzedaży	267
38.	Studia przypadków i społeczny dowód słuszności	275
39.	Umowy, prawnicy, warunki i zastrzeżenia... o rety!	279
40.	Sztuczna inteligencja zamienia Twój system CRM w strategicznego partnera	283
	Epilog. Przyszłość sprzedaży	291
	O autorach	301