
Spis treści

Dlaczego nie cierpię wstępów do książek i Ty pewnie też	13
Prawdziwy sekret internetowych milionerów	14
Rozdział 1. Dlaczego Twoje social media nie sprzedają — 8 najczęstszych błędów	17
Błąd 1. Dlaczego Twoje social media to słup ogłoszeniowy	18
Błąd 2. Boisz się sprzedawać	20
Błąd 3. Nie chcę być nachalna	22
Błąd 4. Zrobię to, co inni — Twoje DNA jest wyjątkowe, wszystko inne to kopia	25
Błąd 5. Nieustanne szukanie magicznego serwisu społecznościowego	29
Błąd 6. Brak systematyczności a efekt serialu	31
Błąd 7. Niezrozumienie elementu „social”	33
Błąd 8. Niezrozumienie specyfiki Facebooka i Instagrama — zasięg organiczny to darmowa próbka	38
Rozdział 2. Jak sprzedaje się w social mediach i dlaczego Twój profil to nie sklep internetowy	41
Różne intencje zakupowe Google a social media	43
Wyobraź sobie czerwoną lampkę w mózgu potencjalnego klienta	46
Rozdział 3. Jak działa dopamina i dlaczego Facebook uwielbia komentarze	49
Jak wykorzystać dopaminowy głód dla własnych celów	50
Jak wykorzystać głód dopaminowy w zwiększaniu sprzedaży	52
Dlaczego musisz zżywić swój profil i generować jak najwięcej komentarzy	52

Rozdział 4. Najważniejszy element, o który walczą obecnie wszystkie firmy	55
7 najskuteczniejszych sposobów na utrzymanie uwagi w social mediach	56
Rozdział 5. AIDA w praktyce, czyli dlaczego większość postów nie sprzedaje?	69
AIDA to schody, po których prowadzisz klienta za rękę prosto do bankomatu	70
Kwintesencja hipnotycznej sprzedaży	76
Brakujący element układanki	79
Rozdział 6. Siła marki, czyli jak często dodawać posty, żeby sprzedać więcej produktów i podpisać więcej umów	85
Jak emocje wzmacniają zapamiętywanie i co to dla Ciebie oznacza	86
Czym jest efekt aureoli w social mediach i jak wykorzystać go w praktyce	88
Rozdział 7. Dlaczego emocje w postach sprzedają i co dobrego wynika z hejtu	93
Jak zamienić komentarze w transakcje	94
Czy bardziej kupujesz produkt czy sprzedawcę?	95
Rozdział 8. Bonding i domowe reality show, czyli po co Ci te storiesy	113
Ukryty sekret wywierania wpływu Baracka Obamy i Donalda Tuska	114
Jak uruchomić efekt serialu w naszych kanałach social mediów	114
Dlaczego życie innych wydaje nam się ciekawsze niż nasze	115
Nieważne, co jest na sprzedaż, ważniejsze jest, kto sprzedaje...	116
Jak strategia okruszków chleba przyciąga przed ekran smartfona głodną zakupów społeczność	118
Kształt naszych uszu a blokada przed nagrywaniem, czyli dlaczego Twój głos brzmi nieznanym	119
Misja, która będzie reaktorem jądrowym Twojego przekazu	119
Pomóż wystarczającej grupie ludzi, a zrobią z Ciebie milionera	121
Zrób tę jedną rzecz, a nigdy nie będziesz klepał biedy...	121

Jak przeistaczając się z larwy w motyla, przyciągnąć uwagę w social mediach	121
5 etapów od człowieka cienia do osoby wypełniającej stadiony	123
Jak zdjęcie ze szczeniakiem na Instagramie poprawi konwersję w Twoim sklepie internetowym	127
Rozdział 9. Dlaczego warto budować silny wizerunek eksperta i jak przełożyć się to na sprzedaż	129
Jak popisywanie się mocami superbohatera podwoi Twój majątek	130
Dlaczego Twoi odbiorcy nie znają się na tym, co kupują	130
Ludzie nie ufają sprzedawcom	131
Zmień ten jeden element na wizytówce, a liczba zamówień wzrośnie	131
Możesz być najlepszy, ale ten jeden element pograży każdą transakcję	132
Ale ja nie jestem ekspertem!	132
Tak się zdobywa uwagę	134
Potężny skarb, który marnuje się w Twojej skrzynce e-mailowej	134
Perswazje chodzą parami (i nie tylko)	136
Skąd jeszcze brać pomysły na posty czy nagrania budujące wizerunek eksperta	136
Jak zarabiać pieniądze na treściach i przestać w głupi sposób dorabiać innych	136
Śmiali się, gdy uczyłem tak prostych rzeczy, jak dodawanie relacji, ale gdy zobaczyli, ile dzięki temu zarabiam, to...	138
Szkolenie za 1500 zł o tym, jak pisać w Wordzie	139
Nie używaj słów, których nie usłyszysz w tramwaju	140
Rozdział 10. Ponaglenia i te wredne liczniki — dlaczego pomimo wszystko zwiększają sprzedaż	143
Prawdopodobnie najważniejsza umiejętność w biznesie	144
Sprzedaż nie jest sexy, ale pieniądze już tak	144
Jak lody Ekipy rozbiły bank	146
Jak prawa perswazji wzajemnie się uzupełniają	148
Sprzedaj w 5 minut albo pożegnaj się z pieniędzmi	149

Czarny trick iluzjonistów działający w social mediach i e-commerce	149
Dlaczego kupujesz kilogram krewetek, pomimo że ich nie lubisz	150
Jak wstawić licznik i zastosować presję czasu	151
Dlaczego instynktownie walczymy o ostatnie sztuki	152
Co możesz ograniczyć, żeby zwiększyć sprzedaż	152
Rozdział 11. Jak przykleić czytelnika do ekranu smartfona?	
Poznaj sekret pisania wciągających postów	155
1. Dlaczego kluczem do viralowych treści są emocje	157
2. Siła historii	158
3. Ciekawość	159
4. Jak tworzyć przyciągające wzrok nagłówki	161
5. Czym jest tajemnicza technika open loops	164
Rozdział 12. Dlaczego historie sprzedają, czyli jak w 5 minut stać się storytellerem	167
Dlaczego historie sprzedają i zmieniają poglądy innych	168
Zmień przekonania, a otworzysz portfele	169
Jak działa matematyka zmiany przekonań	170
Jak siłę historii zastosować w Twoim biznesie	171
Zajmij czymś umysł klienta, a przestanie myśleć o cenie	172
Jak pisać i opowiadać hipnotyzujące historie	173
Szybki kurs układania poczytnych historyjek	174
Ukryta siła sentymentu, czyli jak sprzedawać, gdy klientowi kręci się łezka w oku	175
Ukryta siła multisensoryczności	176
Rozdział 13. Jak ośmieszyć cenę i spowodować, że klient z uśmiechem wyda u Ciebie pieniądze	179
Jak ośmieszyć cenę, żeby przestała być istotna	181
Metoda kontrastu	184
Ile zapłacisz za operację?	186
Wychodzi 1 zł dziennie	188
Dwa krytyczne błędy, które popełniają przedsiębiorcy, oferując bonusy	188
Jak w prosty sposób zhakować 100 miliardów neuronów	189

Rozdział 14. Jak zarabiać miliony, rozdając (prawie wszystko) za darmo	191
Jak przygotować mózg klienta do płacenia większych sum	193
Rozdział 15. Siła oddanej społeczności w social mediach, czyli co tak naprawdę kupują Twoi klienci	197
Co łączy Kurta Cobaina z Tadeuszem Rydzykiem	197
Společnosť ojca z Torunia	203
Rozdział 16. Jak grać liczbami, żeby nasze posty sprzedawały	205
Rozdział 17. Jak dopasować się do odbiorcy, żeby poczuł, że jesteś jego przyjacielem	211
Język ogólny a konkretny	211
Rozdział 18. Tunele, remarketing i follow up	
— dłaczego Twój klient jest zawsze po szklance whisky	217
Jak strategia follow up pozwoli Ci dotrzeć do nawet najbardziej rozproszonych umysłów	218
Wolisz 0,3% sprzedaży czy 70% potencjalnych klientów?	219
Dlaczego kontakt do klienta jest o wiele bardziej wartościowym zasobem niż jednorazowa transakcja	219
Co Ci zostanie, gdy stracisz konto na Instagramie	220
Jak przekształcić znużonego obserwatora w oddanego klienta	221
Znajdź najczęstsze problemy grupy docelowej, a znajdziesz też pieniądze	222
Jak nie pozwolić klientowi zapomnieć o wykonaniu przelewu	225
Nie chcę być nachalny, nie lubię takiej sprzedaży...	226
Czym się kierujesz w biznesie? Twardymi danymi czy „wydaje mi się”?	227
Co z tego, że jesteś najlepszy w tym, co robisz, jeżeli klienci o Tobie nie słyszeli	229
Dlaczego mylimy znanych z najlepszymi	229

Rozdział 19. Tak nie sprzedaje się trumien, czyli jak angażować, żeby sprzedawać	231
Jak pierwszego dnia od napisania oprogramowania generujemy wysoką sprzedaż, gdy inne startupy wycierają dywany u inwestorów	231
Jak sprzedawać za pomocą dynamicznego wideo?	235
Tak nie sprzedaje się trumien...	237
Rozdział 20. Co zrobić, żeby promocja i przecena nie wydawały się kolejnym trickiem sprzedażowym	239
Rozdział 21. Jest ktoś, komu klient wierzy bardziej, i nie jest to Twoja teściowa	243
Po co Ci odkurzacz, skoro do wioski nie doprowadzono jeszcze prądu	244
Jak w 5 minut zainstalować w naszym sklepie internetowym aplikację generującą silny dowód społeczny	245
Jak media społecznościowe zmieniły sprzedaż	246
Co zrobić, żeby opinie na Twoim fanpage'u nie tylko były, ale też sprzedawały	247
Jak poduszka i pierze mają się do złośliwych komentarzy na Twoim Facebooku	248
3 ważne zasady, dzięki którym opinie pisane przez innych będą miały większą moc sprzedażową	249
Co minutę rodzi się klient	253
Rozdział 22. Przeprowadź klienta z punktu A do punktu B, a odda Ci wszystkie swoje pieniądze	255
O czym marzą Twoi klienci i jak to zbadać	259
Rozdział 23. 3 etapy schematu kupowania w internecie, o których zapomina 90% przedsiębiorców	265
Etap 1. Zapoznanie z ofertą	265
Etap 2. Oczekiwanie na przesyłkę	268
Etap 3. Odebranie przesyłki	270
Tylko szaleńcy dbają o piękne wnętrze komputera	273

Rozdział 24. Napisz ten jeden tekst, a klienci będą błagali Cię o produkt	275
Co zrobić, żeby to klient sam przekonywał siebie do zakupu	277
Niedostępność a efekt wirusowy	277
Rozdział 25. Kaucja czy gotówka? A gdyby to było to samo?	281
Dlaczego jest to tak silna technika i jak ją właściwie stosować	282
4 fakty o gwarancji satysfakcji, dzięki którym zarobisz więcej pieniędzy	283
Rozdział 26. Dlaczego klient przychodzący po haczyk na ryby powinien wyjść z własną łodzią	289
Jak wykorzystać sprzedaż kontekstową w social mediach	290
Jak taką kontekstową sprzedaż zastosować w przypadku butiku odzieżowego	292
Zakończenie — skończyłeś książkę i co dalej?	295