

A photograph of two women in a clothing boutique. The woman on the left, with dark hair and glasses, is wearing a light pink long-sleeved shirt and blue jeans, and is holding a small white notepad. The woman on the right, with blonde hair, is wearing a white shirt and a brown skirt, and is holding a tablet. They are both smiling and looking at the tablet. In the background, there is a clothing rack with several items hanging on it, a white mannequin torso, and a stack of books with a vase of white flowers on top. The text "Współpraca Sales, Marketing & Product - praktyczne wskazówki, które ZAWSZE działają" is overlaid in white on the image.

**Współpraca Sales, Marketing &
Product - praktyczne wskazówki,
które ZAWSZE działają**

- **Doświadczenie**

10+ lat pracy na styku marketingu, sprzedaży i produktu w branżach software, IT, SaaS i e-commerce, produkty cyfrowe.

- **Rola i podejście**

Skoncentrowanie na dowożeniu wyników i realnej wartości biznesowej.

- **Cel prezentacji**

Podzielenie się praktyczni założeniami, które mogą się u Was sprawdzić. U mnie się sprawdziły. :)

SQUIZ

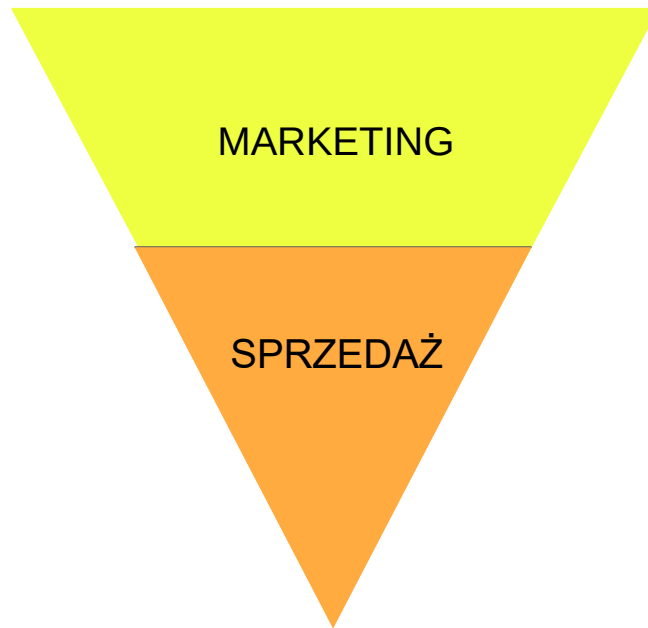
home.pl

cyber_Folks™

shoper

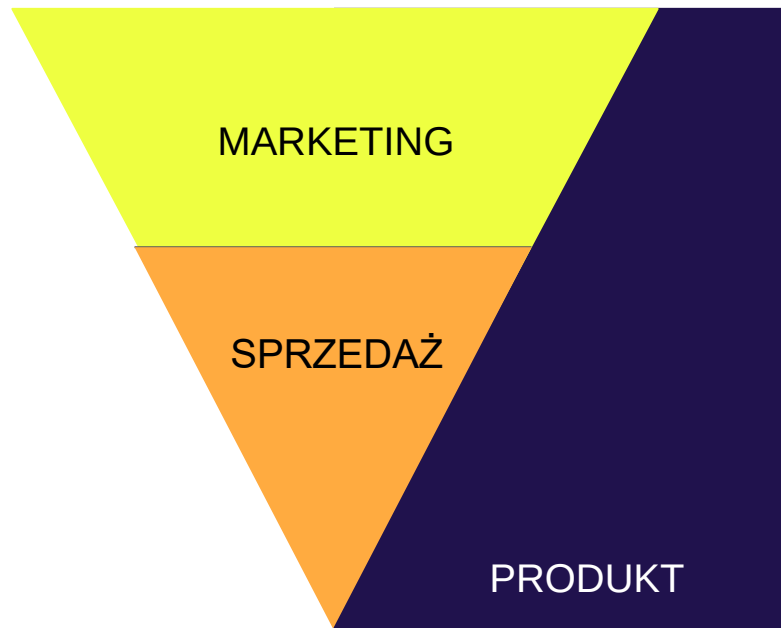
Rola zespołów: Marketing, Sprzedaż Produkt

- **Marketing:** funkcja na górze lejka -
budowanie zainteresowania, generowanie
leadów, komunikacja
- **Sprzedaż:** funkcja w środku lejka -
konwersja leadów, negocjacje, zamykanie
sprzedaży



Rola zespołów: Marketing, Sprzedaż Produkt

- **Marketing:** funkcja na górze lejka -
budowanie zainteresowania, generowanie leadów, komunikacja
- **Sprzedaż:** funkcja w środku lejka -
konwersja leadów, negocjacje, zamykanie sprzedaży
- **Produkt:** funkcja na każdym etapie lejka –
rozwój produktu, badanie potrzeb, discovery, development, wdrożenie



Najczęściej jednak to działa inaczej :)



MARKETING

SPRZEDAŻ

PRODUKT

Co tracimy nie współpracując

1. Pieniądze

🦋 **Pieniądze** - powielane wydatki

❓ ❓ **Czas** - dublowanie się spotkań

❓ **Zmarnowane zasoby menedżerskie** -
tracony czas na zarządzanie i rozwój
ludźmi

⚠️ **Brak spójności** - każdy skupia się na
własnym wyniku



Menedżerski podatek od silosów = stres wynikający z frustracji, niezrozumienia, różnych celów, dublujących się spotkań i braku wiedzy w sumie w jakim kierunku zmierzamy

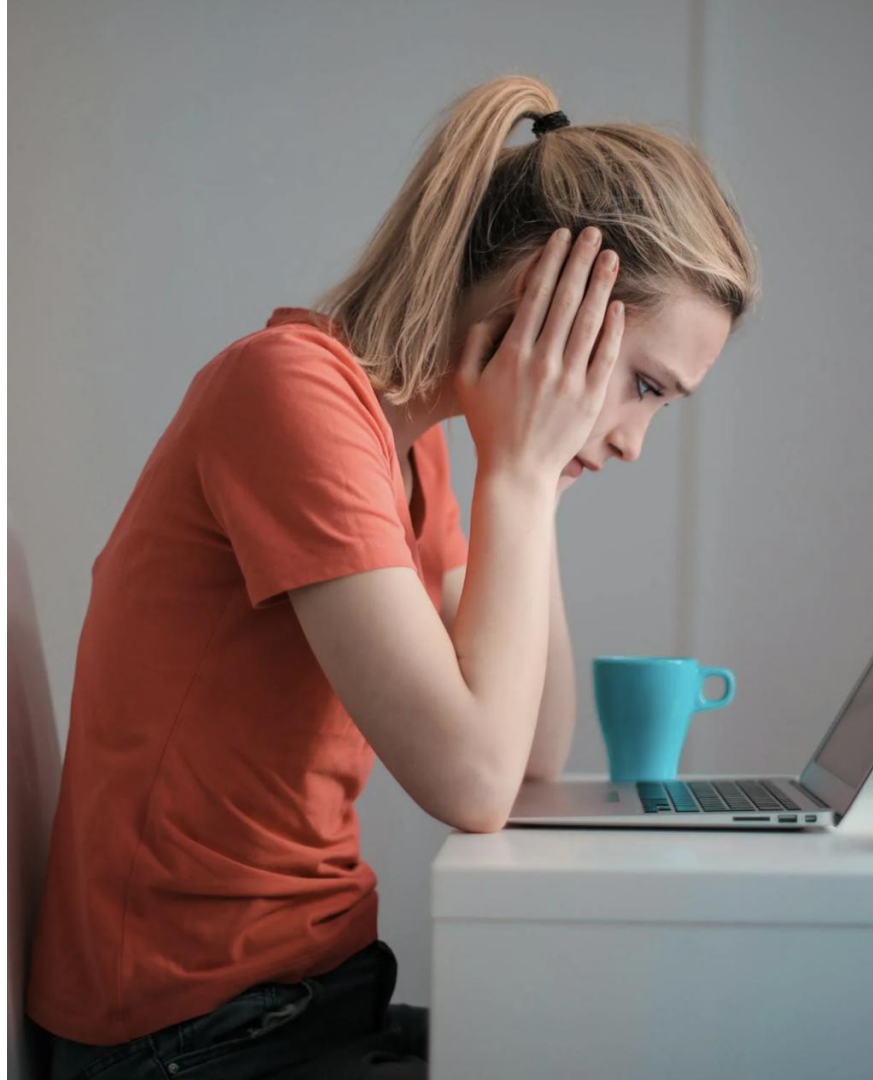
Co tracimy nie współpracując

2. Efektywność organizacyjną i możliwość reagowania na zmiany rynkowe

❓ **Nietrafione decyzje** - brak spójności prowadzi do błędnych ról i funkcji w zespole.

🔄 **Leady bez konwersji** - marketing i sprzedaż nie współpracują - wzajemne oskarżenia o brak kompetencji.

🎯 **Kampanie bez celu** - brakuje wspólnego kierunku, działania są nieskuteczne i przypadkowe.



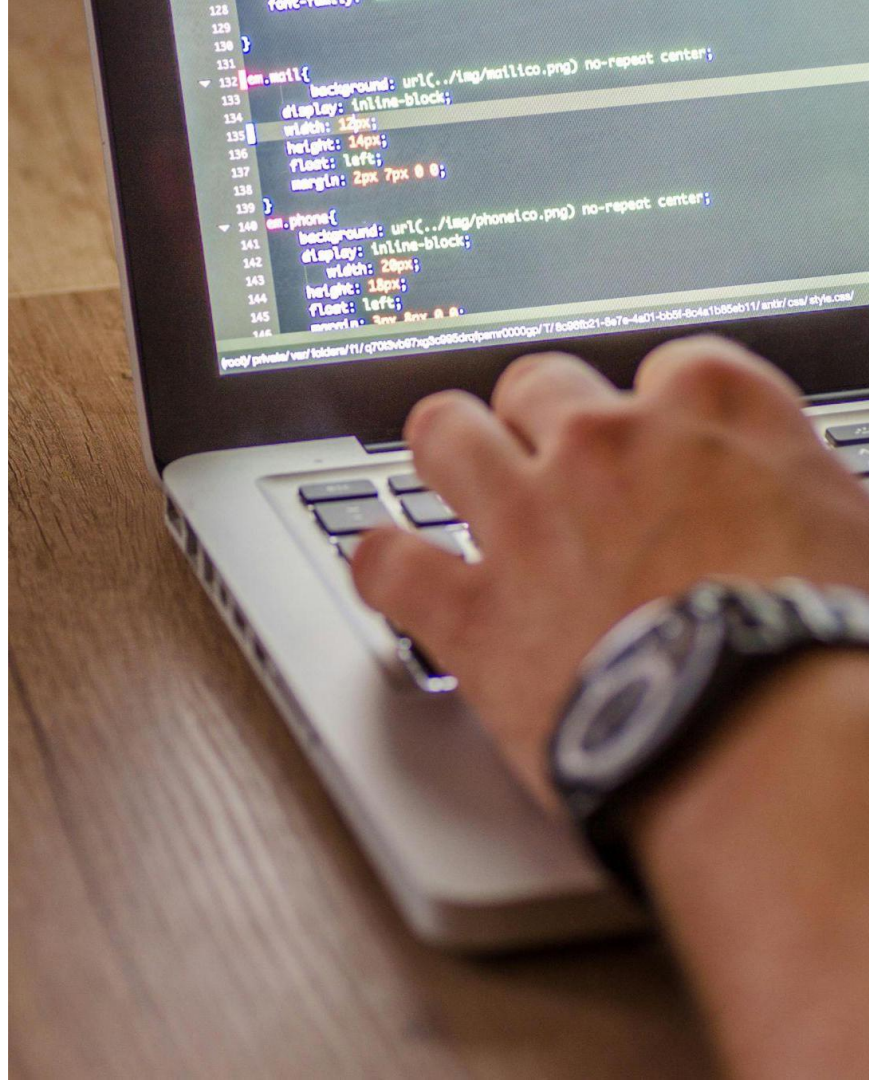
Co tracimy nie współpracując

3. Rozwijamy produkt w złym kierunku

❓ **Niepotrzebne funkcjonalności** - zespół produktowy buduje to, czego klient nie potrzebuje.

🐌 **Wolna pętla informacji zwrotnej** - informacja od klienta dociera do produktu przez zbyt długi łańcuch: produkt → marketing → sprzedaż.

⌚ **Brak szybkiej korekty** - zanim zespół dowie się, co nie działa, inwestuje czas i zasoby w niewłaściwe rozwiązania.



Co zawsze działa?

Spotkania trójstronne



Szybka komunikacja, jasne zasady

- Umówienie się na konkretne zasady współpracy na samym początku.
- Maile = max parę zdań.
- Jak coś wymaga więcej pisania lepiej pogadać na callu lub przez tel.
- Komunikator - wspólne grupy tematyczne.
- Nie tworzenie sztucznych proxy -> lepiej pisać bezpośrednio do osoby od której się czegoś chce.
- Czasami najlepszą decyzją jest przespanie się przed odpowiedzią.

**If I had more time, I
would have written a
shorter letter.”**

— *Blaise Pascal*

Wspólne cele i KPI

- Definicja kluczowych etapów lejka marketingowego, wymiana żargonu “silosowego” na słowa powszechnie zrozumiałe.
- Wspólne zdefiniowanie kluczowych pojęć.
- Praca na jednej ścieżce klienta i tych samych personach.

LEAD
PROSPEKT
WAŻNA FUNKCJONALNOŚĆ
AKTYWNY UŻYTKOWNIK



BUYER PERSONA

ALEXANDRA JOHANSENS

BIO

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate.

AGE
OCCUPATION
PERSONALITY
STATUS
LOCATION

: 25 Years Old
: Office Worker
: Bright, Cheerful
: Married
: Manhattan, New York

SKILLS

Your Skill's Title Here

Your Skill's Title Here

Your Skill's Title Here

Your Skill's Title Here

MOTIVATIONS

Your Motivation's Title Here

Your Motivation's Title Here

Your Motivation's Title Here

Your Motivation's Title Here

PERSONALITY

- Quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
- Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate.
- Velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur ut enim ad minim veniam.

FRUSTRATIONS

- Quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
- Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate.
- Velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur ut enim ad minim veniam.

GOALS

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip.

NEEDS

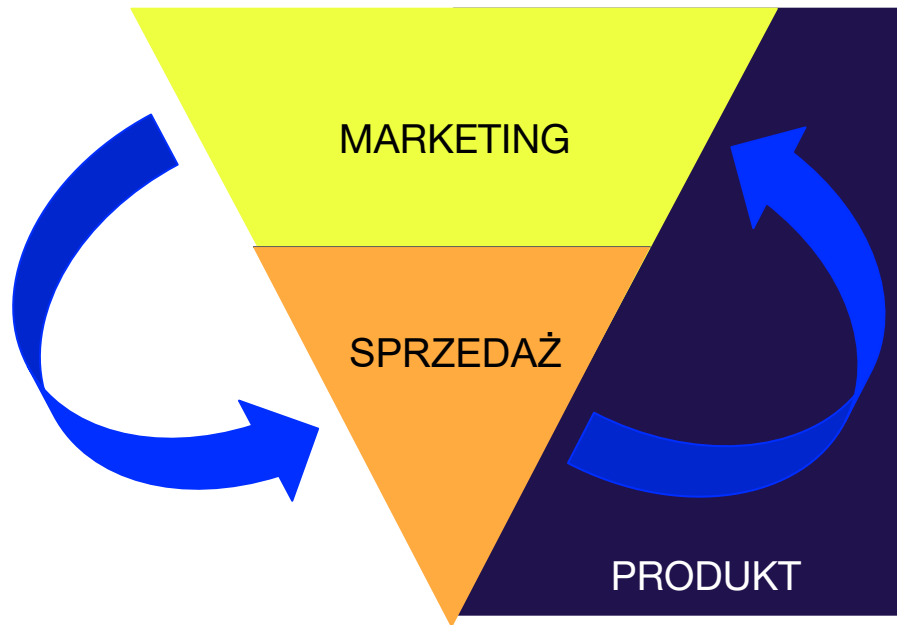
Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

Quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip.

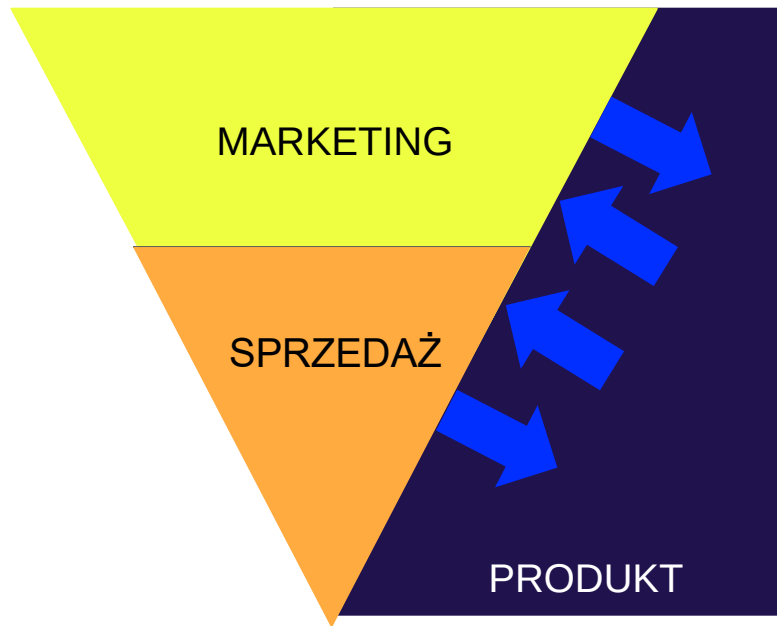
Demokratyzacja dostępu do danych

Google Analytics	Zrozumienie zachowań użytkowników na stronie oraz celów np. konwersja.
Dane sprzedażowe	Postrzeganie w ten sam sposób celów i wyników firmy, wiedza na jakich klientach zarabiamy.
Analityka produktowa	Lepsze zrozumienie po co klienci korzystają z produktu, jakich wartości szukają, co jest dla nich ważne.
Roadmap /plany / strategie	Świadomość dłuższej perspektywy i kierunku w którym zmierza firma.

Ustrukturyzowany feedback loop



Ustrukturyzowany feedback loop



Doing > talking

**10 w miarę dobrych zrobionych pomysłów jest lepszych niż 100
najlepszych, ale nie zrealizowanych.**

Podsumowanie

- Buduj crosstemowe nawyki i angażuj w rozwiązywanie problemów osoby z różnych działów.
- Warsztatowanie problemów daje większą wartość niż mówienie o nich
- Wspólne cele, definicje i praca na jednym lejku
- Regularny feedback loop = wzrost i bycie lepszym w tym co na co dzień robimy.
- Robienie i posuwanie rzeczy do przodu > niż nieustanne planowanie w drodze do perfekcji.



Dziękuję za uwagę!

Kacper Skoczylas
Dyrektor Marketing Shoper

