

Spis treści

01	E-commerce B2B – wielkość segmentu, perspektywy rozwoju i główne trendy	9
	Katarzyna Zajchowska	
02	Czy B2B e-commerce jest mi potrzebny? Zdefiniowanie celów organizacji sprzedażowej. Platforma B2B omnichannel	15
	Justyna Skorupska	
03	Kim jest mój klient B2B? Jakie są jego zachowania i potrzeby? Czym się różni od klienta B2C? Czym jest buyer persona	25
	Jędrzej Łapacz	
04	Co stanowi największe bariery we wdrażaniu cyfrowej transformacji? Jakie rozwiązania i taktyki wprowadzić, aby mimo przeszkód skutecznie realizować projekty cyfrowej zmiany?	28
	Ewa Bednarz	
05	Wartościowy content B2B? Skuteczne sposoby na pozyskanie uwagi klienta biznesowego?	36
	Marta Ostrowska	
06	Marketing i komunikacja w e-commerce B2B	45
	Barbara Matkowska-Włosek	
07	E-merchandising ki diabeł?	58
	Justyna Skorupska	
08	Co powinno zostać w organizacji, a co można outsourcować? Czego wymagać od podwykonawców?	64
	Konrad Wąsiel	

09	Rola marketplace we współczesnym i przyszłym B2B e-commerce 76 Piotr Truszkowski
10	Jak zminimalizować ryzyko cyberataków w e-commerce? 83 Ryszard Łach
11	Podstawy prawa e-handlu. O czym należy pamiętać przy sprzedaży B2B 87 Witold Chomiczewski, dr Katarzyna Szepelak
12	Płatności i finansowanie w e-commerce B2B 99 Ewa Kraińska
13	Projekt „Role i kompetencje potrzebne w B2B e-commerce” 104 Cezary Brzozowski, Sebastian Mądrachowski, Michał Wojciechowicz
14	W jaki sposób zbudować i zintegrować dział e-commerce w strukturach firmy? 126 Jakub Gierszyński
15	Efektywne zarządzanie projektem wdrożeńowym w e-commerce 132 Jacek Szwankowski
16	Strategiczne podejście do uruchomienia kanału e-commerce B2B 141 Artur Piekarczyk
17	Omnichannel: wzmocnienie, a nie kanibalizacja 146 Artur Piekarczyk
18	Jak architektura IT wspiera cyfrową transformację świata B2B 151 Mateusz Skowron, Paweł Łancewicz
19	Rozwój zwinnych kompetencji projektowych – niezbędny element przetrwania w świecie postCOVID 158 Karolina Kaczor