
OBSAH

ÚVOD / Kdo nám to dovolil?	5
1. ZÁKLADY PODCEŇOVANÉ PROFESE	6
Obchod stejně jako fotbal	6
Kdo může za neuspokojenou poptávku?	12
Byl Baťa obchodník?	17
Štika přestavby	21
Dřina a umění	27
2. ŘÍŠE OBCHODNÍCH ODBORNÍKŮ	33
Hledání klíče	33
Na počátku byl Keynes	39
Zmatky kolem marketingu	50
Koncepce nebo metoda?	54
„Case studies“ – úspěchy v kostce	63
Marks and Spencer	
Bublínky přetékají v trzích dobrého zdraví	
Mladý muž nabízí klenoty pro každou kapsu	
Nissan má trpělivost	
Technika posiluje marketingové rozhodování u W. H. Smithe	
Benetton se světa nebojí	
Strategie v říší přání	76
Na prahu technické revoluce v obchodu	89
Tak nakupují byznysmeni	96
Máme na to?	109
3. NÁVRATY A APLIKACE	115
Realita Bílé labutě	115
Návaly a samoobsluha	122
Přímé nebo nepřímé dodávky	130
Reklama a prodej	135
Průzkum poptávky	141
Dovoz jako řešení?	152
Zvláštní prodejny	159
„Case studies“ v Kotvě	163
Dárkové potraviny	
Luxus a Mladá móda	
Kotva a osobní automobily	
Lekce v národním sortimentu	

4. NÁSTROJE RŮSTU	171
Ekonomický profil obchodu	172
Organizace souladu	178
Ceny a inflace	182
Konstruktéři prodeje	190
Dovoz zboží v nových podmínkách	199
Nekonečný rozvoj nabídky zboží	205
Zařízení pro hladký provoz	208
Spokojený prodavač=spokojený zákazník	213
Jaká výchova učňů?	217
Kádry pro zítřek	221
5. PERSPEKTIVY	230
DOSLOV	235