Obsah

Předmluva Sama Simona *15*
Poděkování *19*

Úvod **21**

První část: Proč na emocích záleží **33**

1. Nový mentální model **35**
Úvodem 36
Věda: význam tří částí mozku 37
Psychologie: vyvažování slepého instinktu růstem 43
Ekonomie: začlenění emocí do rovnice 48

2. Věda o výrazech tváře **55**
Úvodem 56
Výzva: když samotná slova selhávají 57
Počátky a uplatnění: proč a jak funguje interpretace emocí 62
Výstupy: interpretace emocí v praxi 75

3. Emoce a motivace **87**
Úvodem 88
Zasazení emocí do kontextu: jak emoce pohánějí chování 89
Motivace: co nás pohání 97
Motivační model emocenomie: zavádění strategického modelu ... 101

Druhá část: Tržní aplikace **107**

4. Značka **109**
Úvodem 110
Zrcadlení hodnot: zohledňujme hodnoty spotřebitelů 111
Sounáležitost: setkání pozice a bezpečí 119
Příběh: prodej blízkého vztahu a pohodlí 124
Závěr 136

5. Podoba nabídky, obal a použitelnost **137**
Úvodem 138
Budování převahy: jak vyvolat výkřik „jé“ 139
Smyslový zisk: cesta k srdci 150
Funkční naplnění: radost, nikoli frustrace 156
Závěr 162

6. Reklama **165**
Úvodem 166
Poutavost: jak vzniká stopka 167
Neviditelná hranice: proč je třeba znát cílový trh 176
Opětovné ujištění: rozptýlení skepse 185
Závěr 197

7. Prodej **201**
Úvodem 202
Závazek: přijetí modelu vztahu 203
Jednota: se zákazníkem bok po boku 211
Související odměny: rozvoj smýšlení „my“ 226
Závěr 231

8. Maloobchod a služby **233**
Úvodem 234
Zdvořilost: umožnění efektivity 235
Angažování: návrat radosti 242
Ujištění: prokázat svůj nárok 251
Závěr 258

Třetí část: Aplikace na pracovišti **261**

9. Vedení **263**
Úvodem 264
Širší dobro: proč na povaze záleží 265
Jasné vize: prospektivní myšlení a cítění 274
Kultura soudržnosti: všichni spolu 286
Závěr 292

10. Řízení zaměstnanců **295**
Úvodem 296
Slučitelnost: zjišťování, co funguje 297
Vzájemná důvěra: emoční rozpojení raději ne 306
Rozhodující úkol: podnítit v pracovnících chování pátrače 319
Závěr 325

Doslov **327**

Odkazy *330*
Zdroje a povolení *339*
Rejstřík *346*

Poznámka překladatelky

Překlad Emocenomie přináší čtenářům nejen nové téma, ale i řadu nově vytvořených termínů, pojmenování i méně obvyklých spojení. V kombinaci se Slovníčkem pojmů Dana Hilla na str. 342 tak vzniká vlastně nové názvosloví dosud nepříliš probádané kombinace obchodu a emocí. Východiskem při překladu byl význam a popis, aby nová slova nevznikala účelově, ale především plnila své poslání: přinášela srozumitelné informace a podněty.