

Obsah

<i>Předmluva</i>	7
<u>ÚVODEM</u>	9
Pro koho je kniha určena	10
Proč vůbec marketing?	11
Jak poznat, jestli je váš marketing jen černou dírou na peníze	12
<u>ZÁKLADNÍ MYŠLENKY MEDONOSNÉHO MARKETINGU</u>	23
Principy a východiska medonosného marketingu	24
Špatné marketingové rady	26
<u>ZÁKLADNÍ OTÁZKY MARKETINGU</u>	35
Co vlastně zákazníci chtějí?	39
Víte, co opravdu prodáváte?	42
Najděte své základní sdělení	43
Definujte si žádaného zákazníka	44
<u>KLÍČE K ZÁKAZNÍKŮM</u>	47
Zamyslete se nad myslí zákazníka	50
K opakovanému obchodu krok za krokem	53
Od neznámého k platícímu zákazníkovi	55
Přizpůsobte komunikaci dané fázi	57
Důvěra – věc, bez níž to prostě nejde	59
Kde důvěru vzít?	60
Proč být zákazníkův známý	60
Zákazník je jako partner: také ho musíte sbalit	61
Proč být expertem	63
Vzájemná komunikace se souhlasem je lepší než jednostranné sdělení	65
Lidé jsou přesyceni reklamou	66
Reklamní slepota	69
Spirála reklamního chaosu	70
Získejte svolení ke komunikaci	71
Medvědobijka, nebo henryovka? Aneb opakování je důležité	73
Jak frekvenci využít co nejlépe	75

Proč mít na paměti, že věci nebývají černobílé	76
ANO nebo NE nebo MOŽNÁ	77
MEDONOSNÝ MARKETING V PRAXI	81
Systém. Systém? Systém!	82
Jak vytvořit marketingový trychtýř	84
Marketingové počty	94
Klíčová otázka je „kolik“?	94
Odkryjte tajemství čísel	95
JAK VYTVOŘIT PRVKY SYSTÉMU	99
Jak o sobě dát vědět	100
Jediný typ reklamy, který je opravdu efektivní	100
Čtyři typy inzerátů a jak je poznat	101
Zásilka dostihne každého	104
Jak napsat dobrý reklamní text	107
Tipy pro účinný obchodní dopis	111
Kreativita není žádné kouzlo	113
Upoutete pozornost	116
Co se naučit od Agáty a Leoše	116
Odlište se – jen tak si vás lidé zapamatují	117
Jak vytěžit co nejvíce z networkingu	121
Když už se rozhodnete telefonovat	125
Jak se stát expertem	128
Jak budovat důvěru	133
Co důvěru posiluje	133
Co důvěru ničí	134
Ať pracují stroje, ne lidé	136
Neztrácejte čas, využijte technologie	136
MODERNÍ TECHNOLOGIE V MEDONOSNÉM MARKETINGU	139
Prezentace na internetu	140
Jak vytvořit web, který pomáhá i prodává?	140
O vzhledu svého webu nechejte rozhodnout zákazníky	142
Proč a jak získat zpětné odkazy na internetu	143
Rozšiřte téma komunikace na síti, přitáhněte více zájemců	145
Jsou pro vás vhodné aktivity na Facebooku?	147
On-line video ve firemní komunikaci	148

JAK SI UDRŽET ZÁKAZNÍKY	155
Zlatý důl současných zákazníků	159
Mějte prodavače, ne podavače	160
Jak prodat současným zákazníkům	161
Udělejte si pořádek v databázi zákazníků	164
PŘÍPADOVÁ STUDIE HUSSE – MARKETINGOVÝ SYSTÉM	167
O Husse	168
Systém	168
<i>Shrnutí</i>	172
<i>O autorovi</i>	173
<i>Rejstřík</i>	174