

Obsah

Úvod: Kdo má pravdu?	7
1. Ohňostroj nápadů	10
1.1 Rodí se podnikatelské rozhodnutí	11
1.2 Každá výchozí situace vyžaduje jiné řešení	12
1.3 Předvídejte úskalí	14
1.4 Prodej a financování	17
2. Analýza tržních mezer	21
2.1 Kam se vtačím?	21
2.2 Identifikace mezery	23
2.3 Objevte tajné šance na trhu	26
2.4 Jak se rodí výběr vašeho sortimentu?	28
2.5 Konkurenční analýza	31
2.6 Kdo šetří má za tři?	34
3. Plán není pro kočku	37
3.1 V čem je význam plánu?	37
3.2 Strategické plánování	40
3.3 Roční marketingový plán	43
3.4 Principy úspěšného plánování	47
4. Co budete prodávat?	49
4.1 Hodnotový pohled zákazníka	50
4.2 Na co se ptá marketingový odborník při zavádění nového produktu?	53
4.3 Životní cyklus výrobků a služeb	54
4.4 Inovace je život	58
5. Klíčová úloha cen	62
5.1 Jak nakoupím, tak prodám	63
5.2 Malé či velké podnikání?	65
5.3 Vytváření profilu firmy pomocí cen	68

6. Cesty k zákazníkovi	72
6.1 Proč zaostává Czech Made?	72
6.2 Překonávání rozporu mezi výrobou a spotřebou	74
6.3 Umění velkých obchodníků a malých všeměků	77
6.4 Cena nebo pohodlí?	78
7. Řízená podpora prodeje	80
7.1 Nosná myšlenka	80
7.2 Bourání bariér	83
7.3 Nejlevnější nástroj propagace	86
7.4 Budujte IMAGE	88
7.5 Účel světí prostředky	91
8. Týmová práce	93
8.1 Spokojenost lidí	94
8.2 Jak motivovat talentované	97
8.3 Hmotné podněcování výkonů	101
8.4 Kdybych byl podnikatelem... ..	104
9. Sám sobě kontrolorem	106
9.1 Bez kontroly není řízení	106
9.2 Boj o místo na slunci	108
9.3 Kdo umí, ten umí... ..	110
Doslov: Kdo vyhraje bitvu manažerů?	113
Slovník vybraných anglických výrazů z oblasti managementu	116
Literatura	123
Rejstřík	125