

Obsah

O autorovi	9
Poděkování	11
Řekli o knize	12
Úvod k tomuto vydání	13
Jak tuto knihu co nejlépe využít	13
Předmluva	15
Ach ten internet...	15
Základní otázky	16
Je to složité?	16
Jádru pudla	17
Hvězdné obsazení přímo na prodejní ploše	17
První část – Vy	
Pěkně od začátku	19
1. Co vlastně chcete?	21
1.1 Plánovat další postup znamená jednat	22
1.2 Opravdová vášeň z nás dělá mistry v oboru	23
2. Pozdvihněte se nad průměr	25
3. V jednoduchosti je krása	27
3.1 Rozhovor moc nestojí, ale má velkou cenu	28
4. Nabalování sněhové koule	31
4.1 Praktický průzkum prodejen	32
4.2 V terénu	35
4.3 Jak přeměnit poznatky v činy	35

Druhá část – Tým

Když se postaráte, abychom byli spokojeni, budeme vám na oplátku vydělávat... **37**

5. A co základní nosná myšlenka? **39**

5.1 Diferenciace 40

5.2 Vaše základní myšlenka 46

6. Jak budovat vynikající týmy **47**

6.1 Umění vést 48

6.2 Proč se zabývat budováním skvělého týmu? 49

6.3 A proč ne? 50

6.4 Od služeb k zisku 51

6.5 Tři základní kameny 53

6.6 Hodnoty 54

6.7 Útěk ke kvalitě 58

6.8 Vlastnictví – hodnota omylů 61

6.9 Chování 64

6.10 Jak zvládnout projevy uznání 64

7. Jak probudit lidi **67**

7.1 Motivace 67

7.2 Finanční odměna – Ach ty peníze... 68

7.3 Předpokládané sankce: Bič místo cukru 68

7.4 Sebeúcta: Jednejte se mnou jako s dospělým 70

7.5 A teď úsměv – využití nepeněžních odměn 74

7.6 Pracovní porady týmu 77

8. Pokaždé o trochu lépe **79**

8.1 Nápady 80

8.2 Statistiky jsou slepé aneb past přesného měření 80

8.3 Řiďte se citem 82

8.4 Prostor pro zlepšení 83

Třetí část – Zákazník

Postarejte se, abych byl spokojený, a já vám dám svoje peníze 89

9. U vás je radost nakupovat! 91

9.1 Vynikající služby zákazníkům 91

9.2 Skvělé okamžiky 96

9.3 Čtyři pravidla, jak zlepšit výsledky 105

10. Cena a hodnota 111

10.1 Nízké ceny každý den 111

10.2 Když je sleva vaší vlajkovou lodí 113

10.3 Ale tahle planeta patří i mně aneb náklady konzumu 116

11. Bez podpory prodeje, jako byste ani nebyli 119

11.1 28 způsobů podpory prodeje 119

11.2 Plánovací pomůcka pro podporu prodeje 128

12. Marketing pro normální lidi 131

12.1 Krátce k reklamě 131

12.2 Jak na marketing 132

12.3 Základy databázového marketingu 137

12.4 Sledování a měření 140

Čtvrtá část – Prodejna

Postarejte se, aby byla skvělá, a zákazníci budou utrácet... 141

Základ 142

13. Objevování 143

13.1 Okamžik objevu 143

13.2 Výhody tvorby formátů na základě objevu 144

13.3 Tradiční objev opírající se o propagaci 145

13.4 Objev opírající se o službu 147

13.5 Objev opírající se o výrobek 149

13.6 Objev opírající se o formát 151

14. Prodej jako obdivuhodná divadelní inscenace 157

14.1 My, krtci a netopýři 157

14.2 Základní pravidla prodejního divadla 160

14.3 Předváděcí divadlo – nedocenená genialita televizních prodavačů . . 164

15. Detail, detail, detail – prostředí prodejny	167
15.1 Dívejte se a vnímejte	168
15.2 Výlohy	168
15.3 Tranzitní zóna	169
15.4 Nákupní košíky	170
15.5 Propagační místa	170
15.6 Zadní stěna prodejny	171
15.7 Pokladna	171
15.8 Impulzivní nákupy	172
15.9 Průhledy prodejnou	172
15.10 Popisy	172
16. A závěrem... Jak jsme se dostali až sem	175
16.1 Opravdové počátky	176
16.2 Králové maloobchodu	180
Epilog: Takže to je všechno?	187
Další aktivity spojené s touto knihou	187
Příloha I	
Vaše role a tato kniha	189
Příloha II	
Akční plán	192
Příloha III	
V terénu	194
Příloha IV	
Knížky pro maloobchodníky	196