

OBSAH

Předmluva	5
Vážení čtenáři	7
Metodologie výzkumu	10
Technika obsahové analýzy historických dat	11
Technika orální historie	13
Historický kontext vývoje firmy Baťa a.s. v letech 1894-1949	16
Služba	23
Vztah reklamy a služby	26
Prodejny Baťa	27
Psychologie prodeje	27
Prodavač	28
Kdo je prodavač?	30
Vzhled prodavače	31
Vlastnosti prodavače	36
Desatero prodavače	40
Škola pro prodavače	41
Kurz pro prodavače	41
Odborné znalosti prodavače	49
Prodavač – psycholog	52
Typologie zákazníků	57
Prodej	62
Prodejní hovor	64
Prodejní proces	67
Spolupráce na prodejně	70
Každodenní fungování prodejny	72
Denní standardní plán činností v prodejně	72
Organizace prodejny	74
Kniha přání a stížností	76
Administrativa prodejny	77
Objednávky	77
Skladní výkaz a rekapitulace	77
Zúčtování pokladny	78
Kartotéky	79
Zosobnění skladu	81
Evidence účtů	81
Předpoklady prodeje	81
Jak si počínat při krádeži vloupáním, při rozbití skladu	82
Reklamní oddělení	83
Organizace reklamního oddělení	84
Administrativní část reklamního oddělení	87

Reklamní oddělení ve velkém závodě a v malém závodě	88
Reklamní návrhy	90
Reklamní plán	92
Expedice reklamy	93
Převzetí reklamy na prodejnách	95
Tiskárna	96
Tisk reklamy	97
Výkladové oddělení	100
Zásady aranžování	102
Inzertní oddělení	105
Styk s novinami	105
Zásady fungování inzerce ve firmě Baťa	108
Reklama	111
Reklama a inspirace ze zahraničí	112
Reklamní texty	114
Vytváření reklamního sdělení	117
Reklamní prostředky	119
Standardní druhy reklamních prostředků	120
Inzerát	120
Plakáty	123
Letáky	126
Brožury	129
Výkladní plochy	131
Filmy	135
Nestandardní reklamní prostředky	136
Reklamní články	136
Individuální dopisy	138
Výstavky na prodejně	143
Reprodukováná hudba	143
Reklamní vozy	143
Nošení standart	144
Módní přehlídky	145
Letecká reklama	145
Příležitostná reklama	145
Živá reklama Baťa v ulicích	146
Další reklamní prostředky	147
Využití získaných poznatků v současnosti	152
Závěr	156
Resumé	156
Summary	157
Rejstřík pojmů	158
Seznam citovaných obrázků	160
Seznam zdrojů	163
Kolektiv autorů	165