

OBSAH

Obsah	5
Představení	9
Co je ediční řada ČLOVĚK A VÝKONNOST?	9
Jak je knížka psaná?	9
Místo úvodu – Chcete být ve své činnosti úspěšní?	11

KAPITOLA 1

Praktické rady pro budování obchodu	13
1.1 Myslete na práci, kterou vykonáváte	13
1.2 Spolupracujte	13
1.3 Umíte čekat na výsledky?	14
1.4 Co dělat na začátku?	15
1.4.1 Místo a poloha obchodu	16
1.4.2 Konkurence	16
1.4.3 Interiér obchodu	16
1.4.4 Možnosti vývoje obchodu	17
1.4.5 Záznamy z minulosti	17
1.4.6 Zavedenost obchodu	17
1.4.7 Nájem	18
1.4.8 Provozovatel a zaměstnanci obchodu	18
1.4.9 Sklad	19
1.5 Jak zajistit výkonnost obchodu?	19
1.5.1 Získejte důvěru vlastních zaměstnanců	19
1.5.2 Získejte důvěru zákazníků	19
1.5.3 Seznamte se s požadavky zákazníků	20
1.5.4 Nezapomínejte nikdy, že je mnoho dalších obchodů	20
1.5.5 Informujte veřejnost o změně	20
1.5.6 Plánujte	21
1.6 Jak budovat obchod?	21
1.6.1 Vytvořte příjemný a přitažlivý obchod	21
1.6.2 Myslete na to, že výloha otevírá oči i peněženky zákazníků ...	21
1.6.3 Úsměv podporuje prodej	22
1.6.4 Znalost podporuje prodej	22
1.6.5 Každý zákazník je pro vás důležitý	23

1.6.6	Plánujte, nakupujte, prodávejte, poskytnete služby	23
1.6.7	Sledujte pohyb peněz	24
1.7	Nezapomeňte odpočívat!	24
1.7.1	Dech	24
1.7.2	Pohyb	24
1.7.3	Spánek	24

KAPITOLA 2

Budování obchodu ve firmě Baťa v první polovině 20. století 25

2.1	Reklama	25
2.2	Budování obchodu s využitím reklamy	26
2.2.1	Obchodní cestující	28
2.2.2	Síť vlastních prodejen	28
2.2.3	Podnikové noviny Sdělení	29
2.2.4	Reklamní oddělení	29
2.2.5	Logo firmy	29
2.2.6	Baťovská hesla	29
2.2.7	Návštěvy v domovech zákazníků	31
2.2.8	Reklamní akce v roce 1922	31
2.2.9	Specializace reklamního oddělení	33
2.2.10	Výklady prodejen	33
2.2.10.1	Živá reklama ve výkladech	34
2.2.10.2	Zboží ve výkladech bez skla	34
2.2.11	Inzeráty	34
2.2.12	Reklamní tabule	34
2.2.13	Letáky	34
2.2.14	Brožury	35
2.2.15	Film	35
2.2.16	Využití letadla k reklamě	35
2.2.17	Reklama službou	35
2.2.18	Další reklamní prostředky	36

KAPITOLA 3

Marketingová komunikace a reklama 37

3.1	Marketingová komunikace	37
3.1.1	Marketingová koncepce podnikání	37
3.1.2	Podstata marketingové komunikace	37
3.1.3	Formy stimulace	39

3.1.4 Stimulační mix	42
3.1.5 Marketingový mix	42
3.2 Reklama	43
3.2.1 Specifikace reklamy	43
3.2.2 Plán reklamy	43
3.2.2.1 Poslání (Mission)	43
3.2.2.2 Rozpočet (Money)	43
3.2.2.3 Zpráva (Message)	43
3.2.2.4 Média (Media)	44
3.2.2.5 Měření účinnosti reklamy (Measurement)	44
Literatura použitá pro kapitolu 3	46
Místo závěru – Člověk a výkonnost	49
Maximální výkon v čase	49
Vhodné pracovní metody a spolupráce	49
Soustředěnost	49
Pracovní optimismus	49
Stálé zlepšování	50
Kontrolní otázky	51
Místo pro vaše poznámky	54
Baťovská literatura	58
O autorce	65
V roce 2006 vychází	66
V roce 2007 bude vydáno	66
Kde získat více informací?	67
Spolupráce	68