

Оглавление

| | |
|---------------|---|
| Введение..... | 7 |
|---------------|---|

Часть 1. Маркетинг розничного магазина

| | |
|--------------------------------------|----|
| Перед тем как открывать магазин..... | 13 |
|--------------------------------------|----|

Глава 1. Расположение торговой точки: расставляем

| | |
|--------------------------|----|
| ловушку для трафика..... | 17 |
|--------------------------|----|

| | |
|---|----|
| Внешнее и внутреннее оформление торговой точки: встречают по одежке..... | 21 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| Реклама и маркетинг торговой точки: законы привлекательности..... | 29 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| Контроль трафика покупателей: замеряй и проверяй! | 36 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| Какие еще показатели эффективности работы магазина нужно учитывать..... | 39 |
|--|----|

Глава 2. Персонал розничного магазина

| | |
|--|----|
| Персонал: ошибки в ДНК, или Что решают «кадры» | 47 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| Поиск, подбор и отбор кандидатов на должность «продавец-консультант» | 50 |
|---|----|

| | |
|-----------------------------------|----|
| Отбор соискателей по резюме | 52 |
|-----------------------------------|----|

| | |
|---|----|
| Проведение интервью (собеседования) | 56 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| Обучение персонала: зачем учить, чему учить и кому доверить..... | 61 |
|---|----|

| | |
|--|----|
| Мотивация персонала: системный подход..... | 70 |
|--|----|

| | |
|---|----|
| Контроль работы персонала: системный подход | 82 |
|---|----|

Часть 2. Управление розничным магазином

Глава 1. Товар: позиционирование, ассортимент

| | |
|------------------------|----|
| и техника продаж | 91 |
|------------------------|----|

| | |
|---|-----|
| Удобство и безопасность процесса покупки..... | 102 |
|---|-----|

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Квалифицированная консультация | 103 |
|--------------------------------------|-----|

| | |
|---|------------|
| Кредит | 106 |
| Подарочные сертификаты..... | 108 |
| Закрытые распродажи и мероприятия для постоянных клиентов | 110 |
| База покупателей..... | 111 |
| Доставка товара и гарантийные обязательства..... | 114 |
| Грамотная закупка товара | 118 |
| Глава 2. Работа с претензиями и рекламациями | 121 |
| Часть 3. Техники продаж товаров в рознице | |
| Глава 1. Как продавать дорогие товары | 129 |
| Понятие выгоды и характеристики товара..... | 132 |
| Особенности управления торговым персоналом в премиальном магазине..... | 134 |
| Интерьер и расположение премиального магазина | 137 |
| Аргументация по цене | 138 |
| Аргументация по качеству и свойствам товара..... | 141 |
| Глава 2. Как продавать недорогие товары | 145 |
| Заключение..... | 151 |
| Приложения | 155 |
| Дополнительные возможности для владельца розничного магазина..... | 157 |
| Вопросы для проведения собеседований с кандидатами на должность «продавец-консультант» (примерный перечень) | 162 |
| Сравнение основных способов рекламирования торговой точки..... | 164 |
| Экспресс-оценка эффективности организации работы вашего магазина | 169 |