

# Содержание

	5
<b>Об авторе</b>	17
<b>Посвящение</b>	18
<b>Благодарности автора</b>	19
<b>Введение</b>	21
<b>ЧАСТЬ I. ЗНАКОМСТВО С РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕЙ</b>	25
<b>Глава 1. Розничная торговля: что это такое и как ею заниматься</b>	27
В чем плюсы открытия розничного бизнеса сейчас	27
Открытие розничного бизнеса	28
Решаем, подходит ли для вас розничная торговля	29
Некоторые причины для открытия магазина	31
Как розничная торговля повлияет на вашу жизнь	32
“Восьмизэтапный розничный фильтр” для принятия решений	34
<b>Глава 2. Определяемся с образом: все начинается с мечты</b>	37
Фокусируемся на своей мечте	37
Собираемся с мыслями	38
Поговорим с собой	39
Выясним реакцию	39
Не препятствуйте потоку	39
“Сжимаем” мечты до размера кредо	40
Выясняем, что для вас важно. “Пятьдесят умнейших вопросов”	40
Оценка ответов	42
Эффективные кредо	43
Создаем собственное кредо	44
<b>Глава 3. Бренд: чтобы о вашем бизнесе помнили</b>	47
Что вам нужно знать о создании бренда	47
В погоне за сильным брендом	47
Как сделать бизнес своим брендом	48
Ассоциации, связанные с брендом	50
Предпринимаем шаги для создания сильного бренда	51
Поиск ниши	51
Понимание того, кто будет вашим клиентом	51
Создание логотипа	52
Отвечаем за свои слова	52
Создаем торговое оформление	53
Станьте экспертом	53
Обеспечьте постоянство	54
Защищайте свой бренд	54

<b>Глава 4. Узнайте своих клиентов, даже если у вас их еще нет</b>	55
Разбираемся в типах клиентов	56
Определяем своего идеального клиента	56
“Почувствуйте” своего клиента	56
“Профильте” покупателя	58
Выясняем, что подталкивает клиентов что-то покупать	59
Продажи покупателям восьми типов	60
Не теряйте контакт с покупателями	65
<b>ЧАСТЬ II. ОБУСТРАИВАЕМ МАГАЗИН</b>	67
<b>Глава 5. Выбираем товар. Что и где покупать</b>	69
Делаем домашнюю работу	70
Поиск товара	71
Покупаем у производителя	71
Работа с дистрибьюторами	73
Ищем сведения об импортерах	74
Знакомимся с джобберами	74
Участие в группах заказчиков	75
Обращение в службу заказов	75
Продажа товара на комиссионных началах	76
<b>Глава 6. Расположение, расположение и еще раз расположение.</b>	
<b>Найдите для своего магазина подходящее место</b>	77
Изучаем варианты расположения	77
Место в центре города	78
Место в переулке	79
Расположение по соседству	79
Место у дороги	80
Место в торговом центре	80
Расположение в центре жилого района	81
Расположение в региональном торговом центре	81
Расположение в специализированном центре	82
Расположение в торговом центре нетрадиционного жилого массива	83
Выбираем подходящее место для магазина	83
Варианты расположения с разных точек зрения	84
Личные аспекты	84
Аспекты стратегии бизнеса	84
Аспекты совместимости	86
Финансовые аспекты	87
Использование восьмиэтапного розничного фильтра	88
Договариваемся с арендодателем	88
Получение информации у арендодателя	88
Предоставление информации, которую от вас ожидает арендодатель	89
Избегаем возможных проблем	90
Осознаем реальные затраты	90
Оплата обслуживания территории совместного пользования	91
Что еще нужно выяснить до подписания договора	92

<b>Глава 7. Дизайн успешного магазина</b>	95
Обдумываем свой имидж	95
Создаем вид и атмосферу магазина	96
Выбор темы	97
Выбираем цветовую гамму	97
Выбор материала	97
Дизайн отдельных участков магазина	100
Создаем великолепный вход	100
Украшаем проходы	100
Оформление витрин	101
Оформление зоны возле кассы	101
Дизайн отдела уцененных товаров	102
Оформление зоны ожидания	103
Выбираем материал для стеллажей	103
Задабриваем арендодателей и инспекторов службы гостехнадзора	105
<b>ЧАСТЬ III. РОЗНИЦА В ДЕТАЛЯХ: БУМАЖНАЯ РАБОТА</b>	107
<b>Глава 8. Разработка бизнес-плана и его использование</b>	109
Прежде чем начать	109
Введение. Кто вы и зачем все это надо	110
Создание титульного листа	110
Готовим содержание	111
Формулируем основные положения	111
Описание. Какова идея вашего бизнеса и почему кто-то должен покупать ваш товар	112
Описываем бизнес	112
Описываем отрасль	112
Описываем конкурентов	113
Маркетинговый план. Как вы собираетесь продавать свой товар	113
Позиционирование	114
Маркетинг	114
Продажи	115
Реклама	115
Итоги	116
Финансовый план. Сколько вы собираетесь зарабатывать, тратить и требовать	116
Введение	117
Прогноз движения денежных средств	117
Отчет о прибылях и убытках	117
Отчет о финансовом положении компании	118
Риски	118
Итоги	119
Организационный план. Как вы собираетесь управлять бизнесом	119
Окончательный анализ. Подведем итоги	120
<b>Глава 9. Выбираем структуру бизнеса</b>	121
Преимущества единоличного владения	121
Плюсы партнерства	122
Разбираемся в корпорациях	125

Работа с советом директоров	126
Подбор членов совета	126
Оплата труда членов совета	127
Проведение заседания совета	127
<b>Глава 10. Как порадовать государственных чиновников.</b>	
<b>Разрешения и регистрация</b>	129
Собираем нужные бумаги. Регистрация, лицензии и разрешения	130
Лицензия на ведение коммерческой деятельности	130
Зональное разрешение	130
Разрешение на вывеску	130
Разрешение из полиции или из отделения пожарной охраны	131
Разрешение на строительство	132
Акт приемки здания в эксплуатацию	133
Разрешение санэпидстанции и пожарной инспекции	133
Лицензия на торговлю специализированной продукцией	133
Принимаем необходимые меры	134
Получение страховки на выплату компенсаций работникам	134
Регистрация договора аренды у нотариуса	134
Принимаем все меры предосторожности	135
<b>ЧАСТЬ IV. УПРАВЛЕНИЕ ДЕЛАМИ</b>	137
<b>Глава 11. Разработка внутренних систем — повседневная деятельность</b>	139
Создаем папку процедур	139
Формулируем внутренние методы работы магазина	140
Разработка процедур для работы с товаром	140
Разработка процедур для деятельности магазина	144
Разработка процедур для маркетинга и продаж	150
Разработка процедур для системы безопасности: кражи из магазина и воровство среди сотрудников	151
Разработка процедур для персонала	152
<b>Глава 12. Получение товара: контроль над закупками</b>	155
Первая покупка на выставке-ярмарке	155
Общение с торговыми представителями	156
Сбор информации	157
Заключение сделок	160
Размещение предварительного заказа	161
Размещение заказа	162
Оценка товара	164
Управление закупками	166
Подробнее о системе расходного лимита	167
Знакомство с системой “Готовность к процветанию”	168
Планируем покупки	170
Получение ежедневной информации	171
Контроль над заказами	172
Сводим все данные вместе	172

<b>Глава 13. Как найти, нанять и удержать отличный персонал</b>	173
Для того чтобы удержать сотрудников, нужны специальные методы	174
Поиск превосходных сотрудников	174
Рекомендации	176
Связи в общине	176
Объявление о вакансии	177
Ярмарки вакансий	177
Рекламная благотворительность	177
Правительственные программы	178
Веселое и выгодное собеседование	178
Какие вопросы нужно задавать	178
Какие качества вам нужны	180
Как удержать сотрудников — особенно самых лучших	181
Создание приятной рабочей обстановки	181
Чтобы сотрудники вас полюбили	183
Извлекаем урок из ухода сотрудника	184
<b>Глава 14. Возможные сценарии: юридическая и финансовая ответственность</b>	187
Подробнее о страховке	187
Получение юридической консультации	191
Как избежать неприятностей с финансами	192
Изучаем вопросы безопасности	194
<b>ЧАСТЬ V. РЕКЛАМА БЕЗ УГРОЗЫ БАНКРОТСТВА</b>	197
<b>Глава 15. Реклама, создаваемая потребителями</b>	199
Почему “Класс!”	200
Как сделать “Класс!”	200
Десять составляющих хорошего обслуживания клиентов	201
Превращаем минусы в плюсы	202
Жизненная ценность покупателя	204
Как превратить “Класс!” в рекламу, создаваемую посетителями	205
Продажа впечатлений	205
Управление ожиданиями	205
<b>Глава 16. Способы рекламы: что включить в свой арсенал</b>	207
Изучаем основы рекламы	207
Создание рекламного объявления	209
Решаем проблему с рекламным агентством	209
Создание собственной рекламы	209
Реклама в газетах	210
Выбираем подходящее рекламное объявление	211
Разные виды газет	213
Реклама на радио	215
Заключение долгосрочного договора с радиостанцией	216
Выделение призов	217
Спонсорство регулярной передачи	217

Реклама на телевидении	218
Сетевое телевидение	218
Кабельное телевидение	219
Реклама на щитах	219
Телефонный маркетинг	219
Реклама в журналах	220
Прямая адресная рассылка	220
<b>Глава 17. Промоушен товара ради прибыли и удовольствия</b>	<b>223</b>
Изучаем варианты промоушена	224
Конкурсные рекламные акции	224
Неконкурсные рекламные акции	227
Характеристики хорошего промоушена	230
Пусть все будет весело	231
Использование опросного листа	232
<b>Глава 18. Подготовка успешной распродажи</b>	<b>235</b>
Некоторые причины организации распродажи	235
Открытие нового магазина	236
Переезд	236
Сбор средств	236
Место для новых товаров	236
Стимулирование бизнеса	236
Избавление от скуки	237
Расширение потребительской базы данных	237
Разгоняем собак	237
Маркетинг на новом месте	237
Маркетинг для определенной группы	237
Соревнование с конкурентом	237
Объявление о переменах	238
Закрытие бизнеса	238
Проведение успешной распродажи	238
Название для распродажи	239
Выбор товара для распродажи	240
Реклама и промоушен распродажи	241
Подготовка магазина к важному событию	242
Анализируем успешность распродажи	243
Помощь профессионалов в проведении распродаж	244
<b>ЧАСТЬ VI. ТОРГОВЛЯ — ЭТО ПРОСТО</b>	<b>245</b>
<b>Глава 19. Мягкое внушение как двигатель торговли</b>	<b>247</b>
Кто такой отличный продавец	247
Вспомним некоторые основные правила розничной торговли	248
Превращаем зрителей в покупателей	249
Развиваем навыки мягкого внушения	249
Как понравиться людям	250
Производим хорошее впечатление	250

Поймите, что люди покупают, исходя из своих ощущений	251
Остерегайтесь ОПК	251
Чего нельзя говорить	251
Совершенствуем процесс продажи	252
Приветствуем посетителей	252
Налаживаем контакт	252
Высказываем предложения	252
Реагируем на возражения покупателя	253
Завершение сделки	254
Общение с непростыми клиентами	255
Всезнайка	255
Нытик	255
Ботаник	255
Господин Нерешительный	255
Собственник	256
Мотылек	256
<b>Глава 20. Оформление товара для клиентов, ограниченных финансово и духовно</b>	257
Представление товаров	257
Оформление определенных товаров	258
Создаем настроение или ощущение	259
Работа с материалами	260
Секреты ремесла	262
Помощь профессионала	263
<b>Глава 21. Мир электронной коммерции</b>	265
Почему важно иметь свой Web-сайт	265
Выбор разработчика Web-сайтов и Web-мастера	267
Выбор имени домена	268
Разработка сайта	268
Воссоздание атмосферы вашего магазина онлайн	269
Дополнительные элементы сайта	269
Польза от маркетинга по электронной почте	271
Расходы для создания Web-сайта	272
<b>ЧАСТЬ VII. ЗАБОТИМСЯ О БИЗНЕСЕ</b>	273
<b>Глава 22. Деньги имеют значение: учет денежных потоков</b>	275
Получение денег	275
Работа с кредитными карточками	275
Поиск процессора	276
Вариант с магазинными кредитными карточками	277
Работа с чеками	277
Выбор компьютерной системы для управления потоком	277
Работа с индивидуальным пакетом программ бухгалтерского учета	278
Индивидуальная мерчандайзинговая система	278
Выбор интегрированного пакета программ	280

Выбор службы для обработки зарплатных чеков	281
Когда пора обратиться к бухгалтеру	282
<b>Глава 23. Понимание и использование финансовых документов</b>	283
Получение цифр для отчетов	283
Извлекаем максимум из финансовых отчетов	285
Информация в отчете о движении денежных средств	285
Просматриваем отчет о кредиторских задолженностях	285
Взглянем на балансовый отчет	285
Разбираемся в отчете о прибылях и убытках	286
<b>ЧАСТЬ VIII. “ВЕЛИКОЛЕПНЫЕ” ДЕСЯТКИ</b>	289
<b>Глава 24. Десять распространенных мифов розницы</b>	291
Любая реклама стоит денег	291
Имиджевая реклама работает медленно	291
Реклама в газете — решение всех проблем	292
Чтобы добиться успеха, нужно работать 60 часов в неделю	292
Пенсионеры работают медленно	292
Найдите отличное место, и вы всегда будете на коне	292
Никогда нельзя продавать товар за меньшие деньги, чем вы за него заплатили	293
Будущее розничной торговли — Интернет	293
Все рекламные акции — это лишь распродажи	293
Нужно нацеливаться на привлечение новых покупателей, потому что старые останутся с вами в любом случае	293
Самое главное — это цена	294
<b>Глава 25. Десять способов добиться успеха в розничной торговле</b>	295
Маркетинг с использованием баз данных	295
Вкладывайте средства в обучение сотрудников	296
Думайте как покупатель	296
Еженедельно обновляйте финансовые и маркетинговые планы	296
Развивайте контакты	297
Ходите на семинары и не прекращайте учиться	297
Цените своих сотрудников	297
Пусть посещение вашего магазина будет интересным	298
Демонстрируйте профессионализм и постоянство	298
Предлагайте качественные товары	298
Знайте себя и своих покупателей	299
<b>Глава 26. Десять распространенных ошибок розничной торговли</b>	301
Сокращение расходов на рекламу ради экономии средств	301
Насколько важен контакт с покупателем	301
Передача финансовых вопросов другому человеку	302
Нежелание ходить за покупками в другие магазины	302
Отлынивание от семинаров и лекций	302
Нехватка капитала	303
Слишком большая или слишком маленькая зарплата	303
Недооценивание реальной арендной платы	304

Убежденность в том, что вы знаете своих потребителей	304
Закупка товаров, которые нравятся вам (даже если они не нравятся вашим потребителям)	304
Нежелание думать так, как думает потребитель	305
<b>Глава 27. Десять причин ходить за покупками в частные специализированные магазины</b>	307
Лучшее обслуживание	307
Контакт с боссом	307
Знающий персонал	308
Уникальный товар	308
Удобный дизайн магазина	308
Никаких очередей у кассы	308
Возможность получить новые знания	309
Знакомые лица	309
Безопасность	309
Индивидуальное обслуживание	310
Отличительная упаковка	310
<b>Глава 28. Десять способов восхитить клиента</b>	311
Внешняя сторона должна соответствовать содержанию	311
Проявляйте уважение к людям	311
Воспринимайте ошибки как новые возможности	312
Клиент должен почувствовать себя важным человеком	312
Помните имена	312
Понравьтесь людям	313
Знайте меру и еще чуть-чуть	314
Проследите за реакцией	314
Оставайтесь на связи	315
Не забудьте о веселье	315
<b>Предметный указатель</b>	317