

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort von Andreas Buhr</b> . . . . .	9
<b>Einführung: Es geht um mehr Umsatz pro Quadratmeter</b> . . . . .	13
Mit Management, Führung und Verkaufs-Know-how kontinuierlich Qualität verbessern . . . . .	13
Der Aufbau des Buches: in fünf Schritten zur Umsetzung . . . . .	14
Mit dem Leser auf Du und Du . . . . .	15
 <b>Schritt 1</b>	
<b>Paradigmenwechsel im filialisierten Fashion Retail – mehr Qualität statt Quantität</b> . . . . .	16
<b>Erfolgsbaustein 1</b>	
<b>Analysieren Sie die Ist-Situation im Fashion Retail</b> . . . . .	17
Ein Fallbeispiel: Weg von der Flächenexpansion – hin zur Einzigartigkeit . .	18
Mehr Qualität als Quantität . . . . .	19
Der falsche Weg: der Trend zur Flächenexpansion . . . . .	22
Der andere Weg: Flächenproduktivität erhöhen . . . . .	28
 <b>Schritt 2</b>	
<b>Management – mit strategischem Managementansatz zur professionellen Filialsteuerung</b> . . . . .	34
<b>Erfolgsbaustein 2</b>	
<b>Analysieren Sie Ihre individuelle Filialrealität – auf der Suche nach dem entscheidenden Engpassfaktor</b> . . . . .	35
Ein Fallbeispiel: Ohne Ihren persönlichen Filialbesuch geht es nicht . . . .	36

Arbeitsinstrument 1 für Führungskräfte: Professionalisieren Sie Ihre Filialbesuche . . . . .	37
Arbeitsinstrument 2 für Führungskräfte: Führen Sie eine Situationsanalyse durch . . . . .	48
Arbeitsinstrument 3 für Führungskräfte: Setzen Sie mit der SWOT-Analyse strategische Impulse . . . . .	52
Arbeitsinstrument 4 für Führungskräfte: Nutzen Sie das Königs-Instrument „Engpassanalyse“ . . . . .	56
 <b>Erfolgsbaustein 3</b>	
<b>Bauen Sie strategische Wettbewerbsvorteile auf . . . . .</b>	<b>63</b>
Fallbeispiele: Überzeugen Sie sich von der Notwendigkeit einer klaren strategischen Ausrichtung . . . . .	64
In drei Schritten zur zukunftsfähigen Strategie . . . . .	65
Das Highlander-Konzept: „Es kann nur einen geben!“ – Stimmigkeit, Differenzierung und Einzigartigkeit . . . . .	74
 <b>Schritt 3</b>	
<b>Führung – als Führungskraft erfolgreich mit sich selbst und den Mitarbeitern umgehen . . . . .</b>	<b>94</b>
 <b>Erfolgsbaustein 4</b>	
<b>„Erkennen Sie sich selbst und bleiben Sie, wer Sie sind!“ . . . . .</b>	<b>95</b>
Ein Fallbeispiel: Wer Menschen führen will, muss sich selbst kennen . . . .	96
Beispiel: So erweitern Sie Ihre Selbst- und Menschenkenntnis mithilfe einer Persönlichkeitstypologie . . . . .	98
Nehmen Sie eine erste Selbsteinschätzung vor . . . . .	104
Bleiben Sie, wer Sie sind – aber nicht immer und überall . . . . .	106
 <b>Erfolgsbaustein 5</b>	
<b>Führen und motivieren Sie Ihre Mitarbeiter individuell und mit Wertschätzung . . . . .</b>	<b>110</b>
Fallbeispiele: Wer Menschen führen und motivieren will, muss sprechen . .	111
Zehn Prinzipien für eine wertschätzende und motivierende Mitarbeiterführung . . . . .	113

## Schritt 4

### Verkauf und Beratung im Ladengeschäft:

<b>Das Verkaufsteam als Gastgeber des Kunden . . . . .</b>	<b>128</b>
--	------------

#### Erfolgsbaustein 6

##### So bauen Ihre Verkäufer und Sie einen emotionalen

<b>Zugang zum Kunden auf . . . . .</b>	<b>129</b>
Fallbeispiel: Der emotionale Mehrwert in der Wohlfühlfiliale . . . . .	130
Kreative Wege, wie Sie den emotionalen Mehrwert erhöhen . . . . .	132

#### Erfolgsbaustein 7

##### So führen Ihre Mitarbeiter kundentypgerechte

<b>Beratungs- und Verkaufsgespräche, die zum Abschluss führen . . . . .</b>	<b>140</b>
Fallbeispiel: „Klappe halten und zuhören!“ . . . . .	141
Aktiver Verkauf: der Verkäufer als Gastgeber . . . . .	141
In jeder Phase des Kundengesprächs konsequent auf Abschluss zusteuern .	143
Phase 1 – die Begrüßung: Der erste Eindruck ist (mit)entscheidend . . . . .	145
Phase 2 – die Ansprache: Den kundentypgerechten	
Gesprächseinstieg wählen . . . . .	148
Phase 3 – die Bedarfsermittlung: zuhören, zuhören und zuhören . . . . .	152
Phase 4 – die Warenvorlage: Stets mehrere Alternativen bieten . . . . .	157
Phase 5 – die Anprobe: Vertrauen aufbauen und rechtfertigen . . . . .	161
Phase 6 – Zusatzverkauf: Nicht um jeden Preis anstreben . . . . .	165
Phase 7 – der Gang zur Kasse: Der letzte Eindruck ist auch	
(mit)entscheidend . . . . .	167
Phase 8 – Verabschiedung und Einladung: „Bis zum nächsten Mal!“ . . . . .	169
Vom Umgang mit schwierigen Kunden . . . . .	170

## Schritt 5

<b>Ab in die Umsetzung! . . . . .</b>	<b>174</b>
---------------------------------------	------------

#### Erfolgsbaustein 8

<b>Erarbeitung eines Umsetzungsplans . . . . .</b>	<b>175</b>
--	------------

<b>Der Autor . . . . .</b>	<b>181</b>
----------------------------	------------

<b>Literaturverzeichnis . . . . .</b>	<b>183</b>
---------------------------------------	------------

<b>Stichwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>186</b>
---------------------------------------	------------