

# 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

## Inhaltsverzeichnis

---

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>	63
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</b>	
<b>und den Mitarbeitern umgehen</b>	94
 <b>Erfolgsbaustein 4</b>	
<b>„Erkennen Sie sich selbst und bleiben Sie, wer Sie sind!“</b>	95
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</b>	
<b>und mit Wertschätzung</b>	110
Fallbeispiele: Wer Menschen führen und motivieren will, muss sprechen . .	111
Zehn Prinzipien für eine wertschätzende und motivierende	
Mitarbeiterführung . . . . .	113

**Schritt 4**

<b>Verkauf und Beratung im Ladengeschäft: Das Verkaufsteam als Gastgeber des Kunden</b> . . . . .	128
---	-----

**Erfolgsbaustein 6**

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

**Erfolgsbaustein 7**

<b>So führen Ihre Mitarbeiter kundentypgerechte Beratungs- und Verkaufsgespräche, die zum Abschluss führen</b> . . . . .	140
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> . . . . .	174
---------------------------------------	-----

**Erfolgsbaustein 8**

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

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

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

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