

SPIS TREŚCI

PRZEDMOWA	13
Rozdział 1	
DIAGNOZA KRYZYSU	15
Kryzys sprzedaży, nie kosztów	15
Jakie są przyczyny kryzysu?	18
W jakim stopniu dotknięte są poszczególne branże?	21
Jak bardzo kryzys dotknął pojedyncze przedsiębiorstwa?	23
Jak mocno dotknięte są wybrane kategorie produktowe?	23
Jakie będą implikacje programów państwowych stymulujących gospodarkę?	31
Czy kryzys należy relatywizować?	34
W jaki sposób zmienia się zachowanie klientów?	37
Strach przed tym, co przyniesie przyszłość	38
Niekorzystna zmiana elastyczności cenowej popytu	38
Większe znaczenie namacalnych korzyści i oszczędności po stronie kosztów	38
Preferowanie krótszych terminów	39
Finansowanie staje się coraz ważniejsze	39
Kwestia bezpieczeństwa zysku na znaczeniu	39
Podsumowanie	40
Rozdział 2	
CO JEST SKUTECZNE, A CO NIE W DOBIE KRYZYSU	43
Relacja podaży i popytu	43
Dźwignie zysku i ich działanie	45
Szybkość oddziaływania	50
Które rady nie są skuteczne w kryzysie?	53
Podsumowanie	56

Rozdział 3

REDUKUJ KOSZTY INTELIGENTNIE	59
Zrozum czynniki generujące koszty	59
Wykorzystaj wiele parametrów kosztowych	63
Wykorzystuj insourcing	67
Nie oszczędzaj w niewłaściwych miejscach	68
Podsumowanie	71

Rozdział 4**NATYCHMIASTOWE DZIAŁANIA DLA ZMIENIONYCH**

POTRZEB KLIENTA	73
Działanie natychmiastowe nr 1: Udzielaj nadzwyczajnych gwarancji!	73
Działanie natychmiastowe nr 2: Uzgodnij „okres próbny” dla maszyn!	75
Działanie natychmiastowe nr 3: Akceptuj zapłatę uzależnioną od wyniku finansowego!	76
Działanie natychmiastowe nr 4: Informuj o „twardych”, namacalnych korzyściach!	76
Działanie natychmiastowe nr 5: Wykorzystaj swoją siłę finansową!	77
Działanie natychmiastowe nr 6: Zaakceptuj handel wymienny!	79
Działanie natychmiastowe nr 7: Odbierz klientów słabszym konkurentom!	80
Działanie natychmiastowe nr 8: Rozwijaj nowe modele biznesowe!	81
Podsumowanie	82

Rozdział 5**NATYCHMIASTOWE DZIAŁANIA DLA SPRZEDAŻY I DYSTRYBUCJI**

Działanie natychmiastowe nr 9: Podnieś efektywność swoich sił sprzedażowych!	85
Działanie natychmiastowe nr 10: Wydłuż czas poświęcony na właściwą sprzedaż!	88
Działanie natychmiastowe nr 11: Zarządzaj wizytami u klienta w sposób zróżnicowany!	90
Działanie natychmiastowe nr 12: Wzmocnij sprzedaż bezpośrednią!	91
Działanie natychmiastowe nr 13: Wkraczaj do nowych segmentów rynku! ..	92
Działanie natychmiastowe nr 14: Stosuj dodatkowe środki motywacyjne! ..	94
Działanie natychmiastowe nr 15: Zaangażuj pracowników wewnętrznych do sprzedaży!	94
Działanie natychmiastowe nr 16: Podkup od konkurencji najlepszych sprzedawców!	96

Działanie natychmiastowe nr 17: Propaguj kompetencje najlepszych sprzedawców!	97
Działanie natychmiastowe nr 18: Wzmocnij sprzedaż krzyżową!	98
Działanie natychmiastowe nr 19: Rozszerz asortyment oferowanych produktów!	101
Podsumowanie	102

Rozdział 6

NATYCHMIASTOWE DZIAŁANIA W ZAKRESIE ZARZĄDZANIA OFERTĄ I POLITYKI CENOWEJ

Działanie natychmiastowe nr 20: Zredukuj swoją podaź!	105
Działanie natychmiastowe nr 21: Obniżaj ceny inteligentnie!	108
Działanie natychmiastowe nr 22: Udzielaj rabatów rzeczowych, a nie cenowych!	115
Działanie natychmiastowe nr 23 : Zastosuj nieliniowe modele i pakiety cenowe!	117
Działanie natychmiastowe nr 24: Broń cen rękoma i nogami!	120
Działanie natychmiastowe nr 25: Podnieś te ceny, które nie zostaną przez klientów zauważone!	121
Działanie natychmiastowe nr 26: Uporządkuj swoją politykę rabatową!	123
Działanie natychmiastowe nr 27: Osobno wyceniaj świadczenia wcześniej oferowane w cenie!	126
„Działanie” do uniknięcia: Absolutnie unikaj wojen cenowych!	128
Podsumowanie	129

Rozdział 7

NATYCHMIASTOWE DZIAŁANIA DOTYCZĄCE SERWISU I USŁUG

Działanie natychmiastowe nr 28: Rozszerz swój łańcuch wartości dodanej poprzez wzbogacenie oferty usług serwisowych!	134
Działanie natychmiastowe nr 29: Zwiększ liczbę klientów, którzy zawarli umowy serwisowe!	136
Działanie natychmiastowe nr 30: Z dostawcy produktu stań się dostawcą systemowego rozwiązania!	136
Działanie natychmiastowe nr 31: Podnieś elastyczność swoich usług!	137
Działanie natychmiastowe nr 32: Przenieś się z rynku pierwotnego na rynek posprzedażowy!	138
Działanie natychmiastowe nr 33: Przygotuj innowacyjną ofertę serwisową!	139
Podsumowanie	141

Rozdział 8

WDROŻENIE NATYCHMIASTOWYCH ROZWIĄZAŃ	143
Unikaj fatalnych błędów	143
Ocena działań natychmiastowych	145
Proces wdrożenia	148
Działaj szybko i równolegle	150
Działania natychmiastowe dopasuj do własnych potrzeb	152
Wprowadź szybsze metody	153
Analizuj dostępne dane	153
Pytaj ekspertów i klientów	154
Wykorzystaj metodę prób i błędów	155
Spisuj spostrzeżenia	156
Stosuj szybki monitoring i controlling	156
Trening i szkolenia	158
Angażowanie konsultantów	159
Przywództwo w kryzysie	163
Podsumowanie	164

Rozdział 9

CO BĘDZIE PO KRYZYSIE?	167
Jaki przebieg ma kryzys: V, U, L czy histereza?	167
Spółeczno-polityczne skutki kryzysu	169
Wzrost napięć społecznych	169
Od deflacji do inflacji	170
Więcej regulacji państwa	171
Deglobalizacja jako największe ryzyko	172
Scenariusze negatywne	174
Poziom przedsiębiorstwa: kryzys jako <i>katharsis</i> (oczyszczenie)	175
Odlewarowanie: kapitał własny staje się ważniejszy	176
Oczyszczenie asortymentu	176
Przywrócenie równowagi	177
Zmiany w strukturze branż	177
Szanse na korzystne przejęcia firm	178
Przesunięcia segmentów rynkowych	178
Powstanie segmentu ultraniskich cen	179
Nowa skromność	180
Podsumowanie	182

BIBLIOGRAFIA	185
---------------------------	------------