

Jak používat tento nástroj

Soubor, který držíte v ruce, je výsledkem desítek let praktických zkušeností z fungování obchodu, stravování a služeb. Dal by se samozřejmě nahradit tím, že přijdu já nebo někdo z mého týmu do vašeho podniku a budeme se rozhlížet a vyptávat. Ale to nemají mnozí podnikatelé rádi, protože se bojí, že půjde především o odhalování chyb a oni z toho vyjdou špatně. A pak má také každý svoji představu, co je pro něj důležité a co naopak považuje za okrajové nebo tomu nemíní vůbec věnovat pozornost.

Proto vznikla myšlenka nástroje umožňujícího „samoobslužné“ posouzení. Máte tak možnost si udělat vlastní test, do kterého vám nikdo nevidí a jehož výsledky znáte jen vy. Navíc není koncipován tak, aby vám nutil zcela konkrétní názory. Jak už jsem řekl, každý vidí priority trochu jinak a co jeden považuje za závažné, nad tím druhý mávne rukou.

Máte tu tedy řadu témat, která můžete využít všechna, nebo také ne. Každý soubor obsahuje sedm otázek, které můžete ohodnotit od -2 do + 2. Jakou sílu a důležitost svým odpovědím dáte, takovou budou mít. Nejde o školní test, který musí mít jen jeden správný výsledek. Nejde ani tak o počet bodů, jako o zamyšlení. Na konci každého souboru pak své body sečtete a posudíte, jak jste v tom kterém tématu podle svého názoru silní a co je případně potřeba udělat, abyste dosáhli ještě větší úspěšnosti.

Otázky neslouží jen k hodnocení. Mají vás inspirovat a podněcovat k přemýšlení k tématu a aktivnímu hledání dalších odpovědí. V mnoha případech jsou nápovědou, jak to udělat, abyste se mohli ohodnotit nejvyšším

počtem bodů. Proto také zjistíte, že se některé otázky opakují v různých tématech. To umožňuje podívat se na věc z různých úhlů pohledu a uvědomit si souvislosti.

Mám zkušenost, že vytvořit si vlastní názor na úspěšnost a stav svého podnikání je více motivační, než když přijde někdo zvenku a začne vám říkat, co máte dělat. Ale to neznamená, že takové služby nemůžete využít. V programu PARTNER PLUS máme i osobní konzultace, které mohou, pokud budete chtít, na vaše otestování navázat. Soubory a otázky v nich jsou sice navrženy tak, aby pokud možno narušovaly provozní slepotu (kterou více či méně trpíme všichni), ale nezaujatý pohled může odhalit zajímavé detaily, které zatím unikaly vaší pozornosti.

Publikace je plná otázek. Tím vám říká: Ptejte se. Ptejte se sebe, lidí kolem sebe, knížek i nás. Pro váš úspěch je důležité nespokojovat se s tím, co je a jak to je. Pokládejte si otázky a čím dál tím častěji pak budete nacházet i odpovědi.

Otestování podniku je také jen začátkem na cestě, na které vás s programem PARTNER PLUS podporujeme. Máme pro vás další podobné publikace, knihy, školení a další nástroje, které vám umožní postoupit s podnikáním dále a naplnit vaše představy o jeho cílech a výsledcích. Jsme tu s vámi a záleží nám na vaší prosperitě.

Miloš Toman

Kompletní publikace má běžnou cenu 4.999 Kč. Její hodnota je ale více jak 10x větší.

My Vám ji však poskytneme bezplatně.

Chceme tím prokázat, že to s podporou Vašeho podnikání myslíme vážně a jsme připraveni udělat všechno, co je v našich silách.

Chcete mít tuto interaktivní publikaci kompletní a posoudit a vylepšit podle ní své podnikání? Předáme vám ji při představení programu PARTNER PLUS.

Kontaktujte nás a všechno ostatní už zařídíme:

<http://www.intuitivnimarketing.cz/partner>

O autorovi – Miloš Toman



V roce 2003, kdy už jsem měl za sebou více jak desetiletou praxi podnikání v maloobchodě a ve službách, jsem napsal knihu Intuitivní marketing. Koncepte, kterou jsem v ní popsal, je dnes vyučovaná na vysokých školách (jako jediná koncepce toho druhu od českého autora), ale především ji používají tisíce malých a středních podnikatelů.

Na první knihu navázaly další (Intuitivní reklama a v roce 2016 Intuitivní marketing pro 21. století), ale především jediná kniha, která se zabývá tradičním maloobchodem s názvem Jak zvládnout maloobchod.

Za ty roky, co se věnuji podpoře malého a středního podnikání, zvláště pak v maloobchodě a stravovacích a ubytovacích podnicích, jsem se vypracoval na uznávaného odborníka v tomto oboru. Neříkám to já, ale moji klienti.

Můžete se se mnou setkat na konferencích pořádaných zejména společnostmi ATOZ (SAMOŠKA, ČERPAČKA, HOREKA 112) a také v publikacích, které vydává (blog na webu Zboží&Prodej). Moje biografie je zařazena v prestižní encyklopedii Who is...(v České republice).

Jsem autorem a odborným garantem programu PARTNER PLUS, který nemá v České republice a na Slovensku (ale zřejmě ani v celé Evropě) obdoby. Svoje know-how a více jak 25 let zkušeností s marketingem a prodejem jsem vložil do programu, který přináší reálné zvyšování tržeb.

Vnější vzhled a působení na zákazníka

A1

Stavební stav budovy

Jsou omítky nepoškozené, čisté, beze skvrn? Jsou dveře, okna, svody okapů a další prvky natřené? Jsou chodník, schodiště apod. bez děr a překážek, čisté, trávník udržovaný?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Označení podniku

Je vývěsní štít nebo jiné označení mého podniku čistý, nepoškozený, udržovaný? Není zašlý? Nemoderní, nevypovídající o charakteru, zaměření a poslání podniku? Nevypadá amatérsky?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Vstup

Vstupuje se do podniku snadno a bez překážek? Jsou vstupní dveře kvalitně provedené, v dobrém stavu, natřené? Jsou estetické? Jsou prosklené (pokud to odpovídá charakteru podniku) a je jimi vidět dovnitř? Je sklo čisté bez zbytků nálepek a bez zbytečných upozornění a reklamních samolepek?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Okna

Jsou okna čistá a udržovaná? Nejsou na nich reklamní plakáty a jiná sdělení? Zbytky samolepek? Jsou záclony a závěsy, pokud je na oknech mám, čisté a působí esteticky? Je okny, pokud to odpovídá charakteru podniku, vidět dovnitř?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Venkovní reklama

Jsou poutače a stojánky na chodníku udržované, vzhledné a čisté? Jsou nápisy na nich čitelné, úhledné, nápadité? Jsou texty aktualizované, opravované, když je někdo umaže? Kontroluji to já nebo personál?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

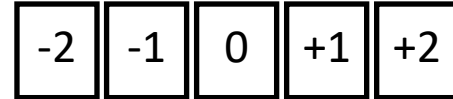
Mají hosté k dispozici stojany na kola? Parkoviště pro automobily? Má podnik bezbariérový přístup? Nebrání nic vstupu?

Usnadnění

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

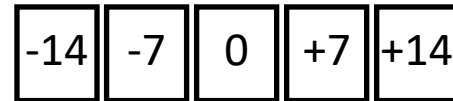
Zaujetí

Má podnik něco, co kolemjdoucí okamžitě zaujme, přitáhne jeho zrak, přiměje ho ke vstupu? Dávám už zvenku najevo, čím je můj podnik jedinečný a co od něj má zákazník očekávat?



Celkově

Láká a podněcuje podnik ke vstupu? Nebo naopak něčím potenciální zákazníky odpuzuje a snižuje jejich ochotu jej navštívit? *Sečtěte si body.*



(označte si na úsečce, kde se **ted'** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima:

Vstup a první dojem z podniku

Dveře

Dají se dveře dobře otevřít a zavřít? Nepohybují se příliš ztěžka? Jsou madlo nebo klika pevné, neviklají se? Je za dveřmi v podniku volný prostor? Není hned za dveřmi schod nebo jiná překážka?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Rozhled

Má zákazník při vstupu do dveří a po vstupu do podniku rozhled po podniku nebo alespoň jeho nejbližší části? Je tento prostor dostatečně osvětlený?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

První setkání s personálem

Vidí zákazník při vstupu do podniku na obsluhu? Je všechno takové, aby jeho první dojem ohledně personálu byl pozitivní? Neodrazují ho moji lidé výrazem své tváře, chováním?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

První zaujetí

Má zákazník při vstupu do podniku na očích něco výrazného, co ho zaujme, co vypovídá o charakteru podniku?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Pokračování do podniku

Může po vstupu do podniku pokračovat bez bariér dál? Nebrání volnému vstupu nevhodně umístěné stoly, stojící zákazníci apod.? Ujme se ho obsluha, pokud je to třeba?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Orientace

Orientuje se zákazník po vstupu do podniku snadno? Poznává, kde se může posadit, jaký je způsob obsluhy, jak se platí, kde najde toalety? Je personál ochotný mu v tom poradit?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Jistoty a pohodlí

Je podnik po většinu času přiměřeně zaplněný, nebo je prázdný či naopak přeplněný? Stíhá personál obsluhovat, není čekání příliš dlouhé? Dokáže host odlišit personál od návštěvníků?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Celkově

Je zákazník po vstupu do podniku podněcován, aby se v něm cítil dobře a jistě a podle toho si objednával? Zůstane po prvním dojmu, nebo odejde? *Sečtěte si body.*

| | | | | |
|-----|----|---|----|-----|
| -14 | -7 | 0 | +7 | +14 |
|-----|----|---|----|-----|



(označte si na úsečce, kde se **ted'** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima:

Stůl, židle

A7

Konstrukce a stav stolů

Jsou stoly pevné a dostatečně stabilní? Nekývají se? Nedají se snadno odstrčit a posunout? Jsou v bezvadném stavu, nejsou odřené, poškozené?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Konstrukce a židlí

Jsou židle pevné a dostatečně stabilní? Nejsou příliš těžké? Nekývají se, nejsou poškozené? Dá se na nich pohodlně sedět i delší dobu? Nejsou odřené, není jejich čalounění špinavé nebo flekaté?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Povrch stolu

Je povrch stolu kvalitní, neodřený, nepoškozený, bez skvrn? Pokud používám ubrusy, jsou neustále čisté? Nemají sklady, na kterých se kýve nádobí?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Ubrousky

Má host k dispozici dostatečné množství ubrousků? Nepodávám je jen k hlavnímu jídlu? Pokud používám textilní ubrousky, jsou pěkně složené, naškrobené?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Výzdoba

Používám na stole vázu s květinami nebo jinou výzdobu? Jsou květiny živé a nově doplňované? Nejsou umělé květiny snadno rozpoznatelné a zaprášené? Odpovídají jiné ozdoby stolu charakteru podniku?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

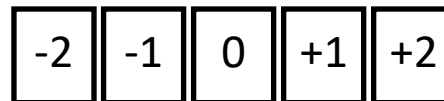
Reklama

Pokud používám reklamní stojánky na stole, odpovídají charakteru podniku a jeho interiéru? Jsou vkusné a profesionální, umístěné ve stojácích? Nepřekážejí na stole? Nejsou zčásti vyškrtané nebo neaktuální?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

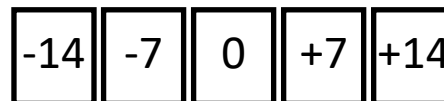
Zabavení

Mám na stole něco, co hosty zabaví při čekání na objednané pokrmy či nápoje? Motivuji je tím aktivně k dalším objednávkám, nebo jen používám propagační materiály dodavatelů? Zůstávají jim jídelní lístky i po objednání, aby si v nich mohli číst?



Celkově

Je radost se v mém podniku posadit ke stolu, je to pohodlné a nepůsobí nikde nic na hosty negativně? Mohou si bez rušivých momentů vychutnat pobyt v podniku? *Sečtěte si body.*



(označte si na úsečce, kde se **ted'** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima:

Toalety a další prostory

A9

Orientace

Jsou toalety dostatečně a přehledně označeny, je hostovi bez ptaní zřejmé, kde je najde? Není jejich označení matoucí, jsou piktogramy jednoznačné?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Dostupnost

Jsou toalety jednoduše dostupné? Není jejich použití omezováno vyzvedáváním klíče, poplatky a dalšími bariérami? Neomezují kvůli možnému využití toalet jinými lidmi pohodlí svých hostů?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Vybavení

Jsou toalety dostatečně vybaveny, je jejich stav bezvadný? Nejsou zařizovací předměty poškozené, neodborně opravené, nebo dokonce nefunkční?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Čistota a pořádek

Jsou toalety čisté? Jsou průběžně kontrolovány a uklízené? Nejsou na zdech nebo kabinkách nápisy, skvrny? Je neustále k dispozici toaletní papír? Funguje ventilace?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Soukromí a pohodlí

Dají se kabinky zavřít a zamknout? Je zvenku zřejmé, že jsou právě používány? Mají na zdi nebo na dveřích věšáček? Jsou dostatečně velké?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

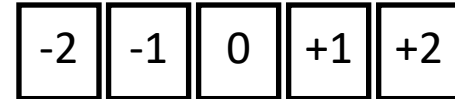
Umyvadlo

Je umyvadlo funkční, teče bez problémů i teplá voda? Není vodovodní baterie poškozená, opotřebovaná? Je k dispozici mýdlo? Je umyvadlo čisté? Je nad ním umístěno zrcadlo? Je k dispozici dostatečně hygienické utření rukou?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

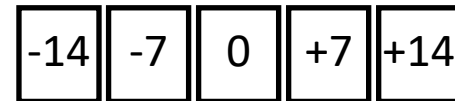
Osvětlení

Je osvětlení dostatečné? Jsou vypínače umístěné tak, aby je host intuitivně našel? Pokud jde o automaty, nevypínají se v průběhu pobytu zákazníka na toaletě? Je pravidelně kontrolována funkčnost?



Celkově

Vyjadřuje stav toalet kvalitu vaší péče o zákazníky, nebo hostu spíš způsobují nepohodlí, kazí dojem o vašem podniku a odrazují ho od příští návštěvy? *Sečtěte si body.*



(označte si na úsečce, kde se **ted'** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima:

Personál

A10

Chování personálu

Usmívá se personál na zákazníky a tváří se vstřícně? Komunikuje s nimi ochotně a přívětivě? Dávají moji lidé najevo radost, že mohou hostům posloužit?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Znalosti etikety

Zdraví personál hosty jako první a s úsměvem? Mluví s nimi zdvořile? Poděkuje za návštěvu? Rozloučí se? Zvládá vypjaté situace s klidem a zdvořilostí?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Komunikace

Dokáží moji zaměstnanci vstřícně a dostatečně komunikovat se zákazníky? Nebo se omezují jen na holé věty a téměř nehovoří? Věnují komunikaci dostatek času, nebo dávají najevo, že je zdržuje?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Vzhled

Má personál přiměřený vzhled? Nepůsobí tak, aby hosty odrazil? Jsou moji lidé upravení, čistí? Mají vhodný pracovní oděv, který je čistý a udržovaný? Nežvýkají, nejsou cítit cigaretovým kouřem, nevhodným parfémem? Nemají nevhodné tetování?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Zaměření na hosta

Ví obsluha, kdy je správná doba pro oslovení hosta? Nebaví se před zákazníky mezi sebou o soukromých záležitostech, nenechá je kvůli tomu čekat? Nechová se k zákazníkům vulgárně a nedává jim najevo, že je obtěžují?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

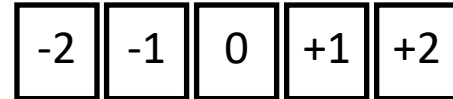
Znalosti a důvěra

Má personál dostatečné znalosti o nabídce? Dokáže zákazníkům důvěryhodně doporučit a poradit? Působí na hosty v tomto směru jako důvěryhodná autorita?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

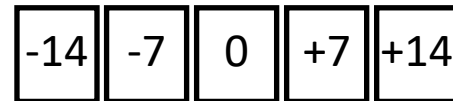
Motivace

Jsou moji lidé motivovaní k co nejlepším výsledkům a péči o hosty, nebo berou svoji práci jako nutné zlo? Vystupují aktivně, nebo se naopak spokojí s mechanickým plněním objednávky a s pasivním čekáním na konec směny?



Celkově

Působí personál na zákazníky pozitivně a tak, aby více a s větší radostí konzumovali a kvůli pozitivním emocím se znovu vraceli, nebo je spíš odrazují? *Sečtěte si body.*



(označte si na úsečce, kde se **ted'** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima:

Aktivní prodej

B1

Komunikace se zákazníky

Vedou moji lidé prodejní rozhovor, nabízejí další možnosti, radí s výběrem, nebo naopak jen přinesou, co host požaduje a moc s ním nekomunikují? Nabídnou každému hostovi ještě něco navíc?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Co je na očích

Využívám vnitřní prostor podniku nebo stůl k propagaci akčních nabídek? Jsou viditelné, estetické a profesionální, aby zákazníci plně zaujaly?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Inspirace

Inspiruji své hosty? Používám jen akční nabídky, nebo pro to dělám více? Nabízím jim například ilustrace a zajímavosti o pokrmech nebo nápojích? Mám k tomu pro ně publikaci, brožuru, oddíl v jídelním lístku apod.?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Seskupení

Používám v jídelním lístku jen klasické kategorie, nebo nabídku také seskupuji podle příležitostí a chutí? Víím, co moje hosty zajímá a přizpůsobuji tomu takové výběry a seskupení?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Ochutnávky a předvádění

Používám ochutnávky jako součást svého marketingu? Využívám k tomu například časového prostoru mezi objednávkou a přinesením objednaného? Dělá to personál aktivně a hovoří o tom s hosty?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Doplňky

Nabízí personál k objednávce nebo po ní další možnosti a doplňky (předkrmy, moučníky, nápoje, chuťovky k nápojům apod.)? Dokáže hostovi doporučit kompletnější menu?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Osobní doporučení

Je aktivita personálu a jeho péče o zákazníky přínosná natolik, aby ji doporučovali dále, především svým přátelům a známým? Víím o takových konkrétních doporučeních a lidech, kteří můj podnik doporučují?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Celkově

Působí moji lidé jako podavači, nebo aktivně prodávají? Dávají zákazníkovi jen to, co si sám vybral, nebo ho aktivně inspirují k rozšíření objednávky? *Sečtěte si body.*

| | | | | |
|-----|----|---|----|-----|
| -14 | -7 | 0 | +7 | +14 |
|-----|----|---|----|-----|



(označte si na úsečce, kde se **teď** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima:

Působení na smysly v podniku – chuť

Ochutnávky

Používám ochutnávky ve větší míře? Dávám zákazníkům ochutnat novinky, například při čekání na vyřízení objednávky? Diskutuji s nimi o jejich dojmech z ochutnání?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Nabídka

Mám nabídku sestavenou tak, aby pokrývala základní chuťové požadavky? Není jednostranná? Všímám si chuťových preferencí hostů a reaguji na ně?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Doporučení personálu

Dokáže personál vyhovět chuťovým požadavkům zákazníka, doporučit vhodnou skladbu o více chodech a kombinace, doporučit vhodný nápoj?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Příležitosti

Mám nabídku přizpůsobenou různým příležitostem? Mám například připravené chuťovky nebo vhodné pokrmy ke konzumaci nápojů? Umožňuje reagovat i na slavnostnější příležitosti při běžném provozu?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Podpora chuti

Podněcují chuť vhodnou vůní v podniku, zobrazením nabídky (ilustrace v jídelním lístku apod.), doplňky a celkovou atmosférou? Hovoří personál s hosty a jejich chuťových zážitcích?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

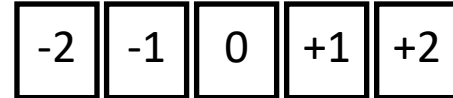
Konzumace

Nejsou hosté rušeni v konzumaci a vychutnávání nevhodnou a hlavně hlasitou hudbou a celkovou vysokou úrovní hluku v podniku? Neruší je personál nebo jiní hosté?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

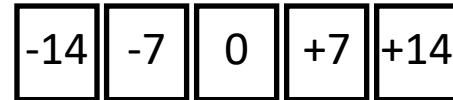
Chuťové dárky

Dávám svým zákazníkům na závěr malé dárky, například koláčky, čokoládové bonbóny apod.?



Celkově

Podporuji chuťové podněty a zážitky svých zákazníků tak, aby na jedné straně více konzumovali, na druhé posilovali svůj vztah ke mně a podniku? *Sečtěte si body.*



(označte si na úsečce, kde se **ted'** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima:

Komunikace se zákazníky v podniku

Zdvořilostní komunikace

Pozdraví personál zákazníka při prvním kontaktu? Poděkuje mu na závěr a rozloučí se s ním? Vyjadřuje tón jejich hlasu radost, nebo je z něj cítit, že to dělají jen z povinnosti?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Oslovení hosta

Dokáží moji lidé správně vystihnout, kdy mají oslovit zákazníka? Oslovují ho v okamžiku, kdy projeví zájem, ne příliš brzy ani moc pozdě?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Informování

Mají informační nápisy, tabule, cenovky atd. profesionální úroveň? Jsou na správném místě, ve správném provedení, úhledné, čitelné a srozumitelné?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Ústní informace

Jsou informace, které personál poskytuje zákazníkovi, podávány srozumitelně, ochotně a kvalifikovaně? Mají moji lidé přehled o nabídce?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Aktivní prodej

Nabízejí moji lidé aktivně zákazníkům? Dokáží doporučit vhodný pokrm, nápoj k němu? Doporučují speciality, denní nabídku apod. podle potřeby?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

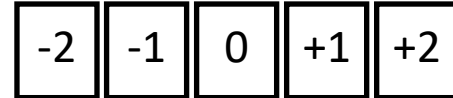
Vizitky

Dostanou hosté při odchodu (placení) vizitku obsluhy nebo podniku? Dostanou případně do ruky propagační materiál, letáky apod.? Podněcují je tím, aby se do mého podniku vraceli?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

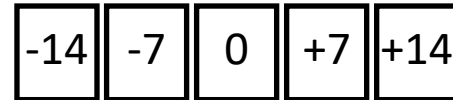
Spokojenost

Zjišťuji spokojenost hostů? Ptá se jich personál na to a řeší okamžitě případnou nespokojenost a stížnosti? Používám tyto informace ke zpětné vazbě a nápravě případných nedostatků?



Celkově

Využívám komunikace se zákazníky jako důležitý nástroj prodeje, když je známo, že až 87 % nákupních rozhodnutí vzniká teprve v na místě? *Sečtěte si body.*



(označte si na úsečce, kde se **ted'** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima:

Atmosféra podniku posilující věrnost

Originalita

Je můj podnik jedinečný? Odlišuje se od srovnatelných konkurenčních podniků? Kdyby zákazníka přivedli se zavázanýma očima a pak se rozhlédl, poznal by hned, kde je?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Atmosféra

Jsou všechny smyslové prvky (vizuální, zvukové, čichové, chuťové, hmatové) sladěny, vytvářejí originální atmosféru? Doplnují se místo toho, aby se mezi sebou potíraly? Zapadají do prostředí?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Jako doma

Cítí se u mě zákazník jako doma? Nepůsobí chování personálu, organizace podniku u návštěvníků pocity nepohodlí, nejistoty nebo dokonce ohrožení? Jsou vytvořeny předpoklady pro to, aby se vracel?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Zážitek

Získá u mě zákazník vedle samotné konzumace i nákupní zážitek? Působím záměrně na jeho emoce, ať už prostřednictvím personálu, nebo uspořádáním podniku, nadstandardními službami, či nápaditou propagací? Je to originální?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Chování personálu

Je chování mých lidí v souladu s touto atmosférou a jedinečností (nebo atmosférou a jedinečností, které chci dosáhnout)? Vedou se zákazníci prodejní dialog?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

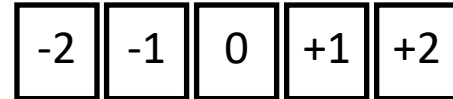
Propagace

Propaguji tuto atmosféru a zážitky letáky, na internetu, sociálních sítích? Nebo propaguji jen běžnou nabídku, cenu, případně akční nabídky?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

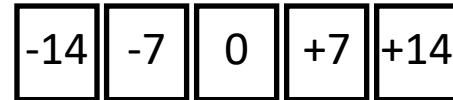
Sdílení

Vytvářím podmínky pro sdílení dobrých zkušeností zákazníků?
Například na sociálních sítích, naživo mezi sebou, podněcováním osobního doporučení?



Celkově

Má můj podnik základní předpoklady, aby se v něm zákazníci cítili dobře a měli proto potřebu se do něj co nejčastěji vracet? *Sečtěte si body.*



(označte si na úsečce, kde se **ted'** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima:

Tržby

F1

Spokojenost s tržbami

Mám tržby takové, jaké předpokládám a plánuji a s jakými mohu být spokojen? Rostou mé tržby? Vytvářím si dostatečné rezervy pro nepředvídané situace?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Ovlivňování tržeb

Vím, jak ovlivňovat výši tržeb? Mám a používám k tomuto účelu vhodné nástroje? Nebo se výše tržeb mění spíš nahodile? Mám pocit, že mám tržby pod kontrolou?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Ceny

Používám k ovlivňování tržeb pouze ceny, nebo i jiné nástroje? Sázím především na nízké ceny a zlevněné nabídky? Mám ceny nižší než konkurence?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Akce

Jaký je podíl tržeb z akcí (menička pod.)? Tvoří více jak 30 % všech tržeb? Soustředím se v propagaci jen na oznamování slev?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Cenová strategie

Mám jasnou cenovou strategii (například levné se standardní kvalitou, dražší kvalitní atd.)? Řídím se jí jak v sortimentu, tak v marketingu?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Personál

Vědí moji lidé, jak mohou ovlivnit tržby? Mají k tomu školení, pokyny nebo manuál? Kontroluji to? Má personál aktuální informace o tržbách, aby je mohl ovlivňovat?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Investice

Mám tržby dostatečné k tomu, aby se dalo průběžně investovat do obměny vybavení a technického zařízení podniku? Dokáži ho udržovat tak, aby se jeho stav nezhoršoval?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Celkově

Jaká je moje spokojenost s tržbami? Dokáži je ovlivňovat tak, aby se vyvíjely podle mých představ a potřeb podniku? Stačí mi k tomu, aby se podnik udržoval v dobrém stavu? *Sečtěte si body.*

| | | | | |
|-----|----|---|----|-----|
| -14 | -7 | 0 | +7 | +14 |
|-----|----|---|----|-----|



(označte si na úsečce, kde se **ted'** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima:

Vlastní vzdělávání

Zajímám se o nové informace z oboru, a především o novinky ve způsobu prodeje a působení na zákazníky? Navštěvuji odborné weby, kupuji si knihy?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Semináře

Navštěvuji alespoň dvakrát ročně odborné semináře týkající se podnikání ve stravování nebo obecně podnikání? Účastním se dalších akcí, jako jsou odborné konference?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Trendy

Znám aktuální trendy v oblasti stravování? Znám trendy v podnikání? Řídím se jimi ve svém podnikání? Přizpůsobuji jim své přístupy a prodejní postupy?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Strategie

Mám obchodní strategii, vím, čeho chci ve svém podnikání dosáhnout a jak toho dosáhnou? Odišuji se cílevědomě od konkurence? Zním situaci na trhu?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Inovace

Provádím na základě své strategie inovace prodejních a marketingových postupů? Přizpůsobuji jim nabídku, prostředí podniku, propagaci a chování k zákazníkům?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

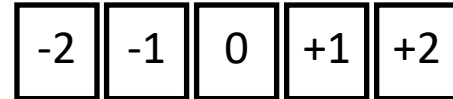
Konkurence

Mám informace o své konkurenci? Sleduji a vyhodnocuji, co a jak dělá? Beru si z ní příklad v tom, co dělá dobře a v čem je úspěšná? A poučím se naopak z jejích chyb?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

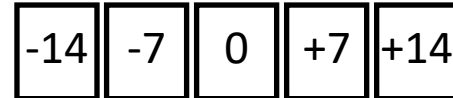
Zpětná vazba

Mám informace o tom, které změny a inovace mi pomáhají a jak se projevují? Sleduji, co na tržby působí pozitivně a co negativně? Sleduji to v číslech?



Celkově

Jdu s dobou a mohu tak udržet krok s konkurencí? Nehrozí mi, že mi ujede vlak a nedoženu pak ostatní? Využívám informace, které získám? *Sečtěte si body.*



(označte si na úsečce, kde se **teď** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima:

H2

Motivace personálu

Cíle

Znají zaměstnanci moje podnikatelské cíle, hovořím s nimi o nich? Vědí, jaká je jejich úloha v naplňování těchto cílů a plánů? Přijali to za své?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Ztotožnění

Jsou moji lidé ztotožnění s firmou nebo jsou dokonce na ni hrdí? Vědí, o co v ní jde, co považují za její poslání? Nebo je jim lhostejná a chodí do práce jen proto, že si musí vydělat peníze?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Výsledky

Vědí zaměstnanci, jak a čím ovlivňují konkrétní výsledky? Mají o nich aktuální informace, aby jim mohli přizpůsobovat svoji činnost? Jsou v prodeji aktivní?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Mzdy

Platím svým lidem dostatečně vysoké mzdy? Nemám z důvodu nízkých mezd obavu po nich chtít něco „navíc“, jako je třeba aktivní přístup?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

Peněžní zainteresovanost

Jsou zaměstnanci zainteresovaní na výsledcích? Dávám jim prémie nebo jinou pohyblivou složku mzdy v závislosti na tržbách nebo jiných parametrech?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

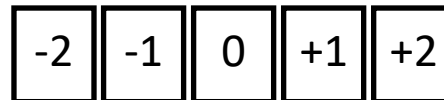
Ocenění

Používám i nemateriální ocenění, jako je třeba pochvala? Používám ho současně s poskytováním zpětné vazby? Dělam to spravedlivě a tak, aby to motivovalo?

| | | | | |
|----|----|---|----|----|
| -2 | -1 | 0 | +1 | +2 |
|----|----|---|----|----|

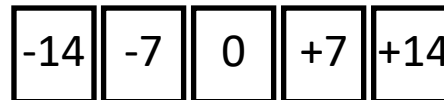
Týmová práce

Pracují moji lidé týmově a pomáhají si navzájem? Mají se mnou společné cíle, nebo si každý hledí svého? Případně nestojí v opozici proti mně?



Celkově

Mám motivované zaměstnance, schopné dosahovat vytýčených cílů? Nebo je výsledky nijak nezajímají a nemohu s nimi počítat, když chci dosáhnout lepších výsledků? *Sečtěte si body.*



(označte si na úsečce, kde se **teď** nacházíte)

Co mohu udělat pro dosažení maxima: