

Inhalt

6 Einleitung

Raumpsychologie und Verkaufserfolg

- 16 Tiefenpsychologie: Die Impulse aus dem Unbewussten** Botschaften an das Unbewusste • Die Kraft der Symbole
- 26 Feng Shui – auf den Punkt gebracht** Die Entwicklung des Feng Shui • Die Vitalenergie Qi • Das Prinzip von Yin und Yang • Die *Fünf Elemente* • Die *Acht Lebenssituationen* • Feng-Shui-Maße • Informationsfelder

Ein Rundgang durch den Verkaufsraum

- 50 Der erste Eindruck**
- 60 Die Kundenbegrüßung** Die „Pforte des Qi“ • Die Empfangszone
- 70 Die Kundenführung** Leitwege • Vertikale Wegeführung • Die Orientierung • Exkurs: Einkaufszentren
- 86 Waren präsentieren und verkaufen** Ware dem Kunden „ans Herz legen“ • Warenbilder • Dekorationen • Schaufenster • Innenhöfe
- 110 Besondere Herausforderungen** „Tote Bereiche“ beleben • Musik und Düfte • Ladenbeleuchtung • Spiegel, Pfeiler, Decken • Materialien
- 124 Servicequalität und letzter Eindruck** Das Verkaufspersonal • Giveaways und Erfrischungen • Anprobe und Wartebereiche • Kundentoiletten • Verabschiedung des Kunden

Ein Blick in die Praxis

- 142 Stadt-Apotheke „Zum guten Hirten“, A-Amstetten**
- 148 Sanitätshaus, Nagold**
- 153 Miederwarengeschäft, Nagold**

156 Anhang

Checkliste für den Rundgang durch den Laden • Tabelle der materiellen Repräsentanten der *Fünf Elemente* • Tabelle der Yin- und Yang-Faktoren in der Ladengestaltung • Tabelle der günstigen Feng-Shui-Maße • Tabelle der Einzelhandelsbranchen und ihrer Elemente

Anmerkungen

Bibliografie

Glossar

Register

Bildnachweis