

# CO PRODÁVÁM?

Víte, co prodáváte? Opravdu?

Spousta lidí si myslí, že prodává “věc” - sekačku, auto, kurz...

Co si ale SKUTEČNĚ kupuje někdo, kdo si pořídí nejnovější sekačku? Vážně si kupuje titanové ostří, mega zásobník na posečenou trávu a poloautomatizovaný chod?

Nebo prostě jen chce nádherný anglický trávník, který září tak, že mu ho sousedé i kolemjdoucí obdivně chválí?

Když takovému člověku začnete na eshopu prodávat pouze VLASTNOSTI té sekačky, naplňujete zhruba jen 10% nákupního potenciálu. Přidejte k tomu emoce a to OPRAVDOVÉ proč a než to stihnete doříct, uteče vám klient do nákupního košíku s kreditkou v ruce :)

**Je důležité si uvědomit, že ten, kdo si kupuje vrtačku, tak vrtačku přece vůbec nechce... chce DÍRU! ;)**

Takže...

Pokud prodáváte nebo nabízíte více služeb/produktů, vyberte si JEDEN z nich a s ním pracujte dále v tomto listu.

Postupně se od produktu a jeho vlastností dostaneme až k tomu OPRAVDOVÉMU “PROČ” vašeho Avatara... abychom lidem přestali cpát vrtačku, když chtějí slyšet o díře :)

Pak, až jednou projdete celým procesem, budete schopní úspěšně zduplikovat celý proces na své další produkty, dokonce i na celé byznysy. Teď ale potřebujeme ZAMĚŘENÍ.

Vyberte si proto prosím JEDEN svůj produkt a můžeme začít...

**PS:** Žádný produkt nemáte? No výborně, obrovská výhoda! Pracovní list vyplňte na produkt, který byste rádi vytvořili. Když ho totiž vytvoříte podle těchto návodů, budete hned od startovní čáry o 15 světelných let dál, než všichni prodejci vrtaček :)

## Nejtemnější Frustrace

Zamyslete se prosím, jaké největší strachy a frustrace váš klient prožívá v souvislosti s jeho problémem (který váš produkt řeší).

Ukážeme si to na příkladu člověka, který má celý život 30 kilo nadváhu a pořád s těmi přebytečnými faldy není schopen nic udělat.

Jaké jsou jeho největší životní frustrace? Co ho trápí? Jakým “peklem” si každý den prochází? Čeho se chce za každou cenu zbavit? Jaké komentáře ho nejvíc zraňují? Jaké situace mu způsobují nejvíce šedin? Z čeho má největší strach?

### Několik nápadů:

- Kvůli své obezitě nikdy nenajdu ženu svých snů
- Pořád se na mě lidé koukají jak na bečku sádla
- Nemůžu se ukázat nikde u vody... kterou tolik miluju
- Bojím se, že mě to bude stát zdraví... začínají mě bolet klouby
- Chci zhubnout, ale nedokážu se vzdát všech těch dobrot
- Už mě nebaví, jak si ze mě lidé pořád “jen ze srandy” utahují

Na další straně se prosím co nejvíc vžijte do role VAŠEHO Avatara.

Co se mu/jí honí hlavou? Co je trápí? Jaké mají bolístky?

**Napište všechny možné i nemožné frustrace, které váš klient každodenně prožívá. Čím více jich napíšete, tím lépe pochopíte svoji cílovku a tím více budete prodávat:**

vybírejte takové, které se pojí k problému, jež **VÁŠ produkt řeší**:

- např. nemá smysl zaobírat se jeho vztahem k matce, pokud váš produkt učí angličtinu

čím **konkrétnější**, tím lepší. Jděte do hloubky:

- *“bojí se, že když těch 10kg po porodu neshodí teď hned, už ji zůstanou navždy a manžel o ni po fyzické stránce ztratí všechnu zájem... a možná si najde i milenku!” je lepší než “bojí se, že nezhubne”*

čím **emotivnější**, tím údernější:

- emotivní “pokud okamžitě něco neudělám se svým sebevědomím, nejspíš už nikdy nenajdu muže svých snů a zůstanu navždy sama... opuštěná a nechtěná :( “je lepší než (ne)logické a racionální úvahy typu: “Život asi chce, abych byla sama”

**Napište teď prosím seznam frustrací, strachů, trápení a veškerých obav vašeho Avatara**

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.
- 9.
- 10.
- 11.
- 12.

13.

14.

15.

16.

17.

18.

19.

20.

21.

22.

23.

24.

25.

## Nejtajnější fantazie

Jaké jsou naopak jeho/její nejtajnější sny, touhy a přání? Co je v JEHO HLAVĚ ten ideální výsledek? Jak si myslí, že ho dosáhne? Jaká je ta nejdivočejší fantazie z říše snů, která, když se splní, bude týden skákat štěstím?

Pokud se tato jeho fantazie naplní, co z toho by chtěl vykřičet z plných plic do celého světa? Komu by se chtěl svěřit? Po jakých konkrétních výsledcích váš Avatar prahne?

Zamyslete se, co je v očích vašeho klienta tím nejúžasnějším cílem, kterého chce v rámci řešení svého problému dosáhnout? Měla by to být představa, která ho nesmírně vzrušuje, ale zároveň je pro něj skoro až neuvěřitelná. Pocitově to vnímá jako: *“Tohle by bylo naprosto úžasný, ale nevím, jestli se mi to vůbec někdy podaří.”*

Představte si, jaké asi fantazie a přání váš klient nosí v srdci? Co je tím “něčím”, co když před ním vyslovíte nahlas, máte okamžitě jeho plnou pozornost?

Na další straně prosím opět napište své vhledy...

## **Jaké sny a vize nosí můj klient v srdci? Jakého konkrétního výsledku chce dosáhnout?**

Zaměřte se spíše na **emotivní důvody**, než ty racionální. Často se ptejte **proč?**

- dejme tomu, že prodáváte auta. Váš klient chce krásné nové auto, ale ptejte se proč? Možná proto, aby měl pocit, že "to" DOKÁZAL a že si může v životě dopřát hezké věci. Ale proč? Aby na něj byla manželka pyšná a on mohl chodit s hlavou vztyčenou? Jděte do hloubky... od dvacátého nápadu a dál z lidí obvykle začnou padat perly a opravdové poklady. Čím hlouběji půjdete, tím větší šance, že narazíte na zlatou žílu! Tak se prosím nezastavte u dvojky :)

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

15.

16.

17.

18.

19.

20.

21.

22.

23.

24.

25.

## Skutečná hodnota

V této sekci nás čeká výprava do minulosti a taky malý trénink fantazie. Naším cílem bude do posledního detailu sepsat, jakou SKUTEČNĚ hodnotu má váš produkt.

Udělejte si prosím klid sami pro sebe, klidně si zavřete oči a zamyslete se nad tím, co vlastně prodáváte. Položte si pak tuto otázku:

**“Kdybch teď začínal(a) úplně od nuly a chtěl(a) se naučit všechno, co dnes vím... co by mě to stálo? Co všechno bych musel(a) udělat, podstoupit, obětovat?”**

A začněte psát VŠECHNO, co vás napadne. Needitujte. Prostě pište, dokud vám neupadnou prsty :) Chci, abyste napsali minimálně 20 věcí. Dvacet a více věcí, které byste jako váš klient museli udělat, kdyby neexistovala zkratka v podobě vašeho produktu.

Možná to bude ze začátku těžké, ale jde tu o vaše podnikání a váš úspěch a uvidíte, že po chvíli začnete nápady chrlit.

Takže, kdyby neexistoval váš produkt... kolik úsilí, času, peněz, tápání a trápení by vašeho klienta stálo získat vaše know-how? **Co všechno si v životě ušetří, když použije VÁŠ produkt?**



**Co všechno si můj klient ušetří, když použije můj produkt jako zkratku? Co vše by pro získání řešení musel udělat, kdyby nepoužil můj produkt?**

Zaměřte se na to, kolik (1) **času**, (2) **peněz** a (3) **energie** díky vám ušetří a **PROČ**:

pro zahřátí můžete začít větami, které vás nastartují správným směrem:

- Nemusíte... PROTOŽE...
- Ušetříte za... PROTOŽE...
- Jinak byste museli... PROTOŽE...

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.

12.

13.

14.

15.

16.

17.

18.

19.

20.

21.

22.

23.

24.

25.