

E-konzultant

praktické návody

Návod č. 0: “ZAČÍNÁME”

**Tento NÁVOD je určen výhradně pro uživatele
aplikace E-konzultant verze PLATINUM**

Publikace je chráněna autorským právem
Pavel Fara © 2013

E-konzultant PLATINUM

- ❑ Gratuluji Vám, máte zprovozněnou verzi PLATINUM, a to je ta nejvyšší verze, která je nabitá všemi funkcemi, které Vám pomohou získávat nové klienty z internetu
- ❑ Tento Návod je první z celkem osmi dílů, ve kterém odhaluji moje kompletní know-how
- ❑ A musím Vás ujistit, že se nejedná o překlep. Čtete Návod číslo 0: “Začínáme”
- ❑ Podělím se s Vámi o všechny věci, které jsem se v posledních šesti letech naučil a které už v praxi pomáhají desítkám poradců na českém trhu
- ❑ Všechno to, co se se ode mě dozvíte, stačí jenom vzít a začít dělat v praxi. Ty věci zkrátka fungují. Je ale důležité neusnout na vavřínech. Vše kolem nás se totiž vyvíjí a digitální svět se vyvíjí rychlostí blesku...



OBSAH

- 6 ... První přikázání: Jsi přítomen na největším tržišti světa, internetu
- 9 ... Druhé přikázání: Klienty nehoním, klienty přitahuji!
- 12 ... Třetí přikázání: Obchoduji podle Sedmi dohod!
- 30 ... Čtvrté přikázání: Máš vlastní výlohu na internetu!
- 36 ... Páté přikázání: Denně sbíráš mailové adresy!
- 41 ... Šesté přikázání: Buduješ nejcennější značku na světě!
- 46 ... Sedmé přikázání: Jsi vidět na sociálních sítích!
- 49 ... Osmé přikázání: Propojuješ aktivity ve třech světech!
- 53 ... Deváté přikázání: Nechtěj všechno hned!
- 55 ... Desáté přikázání: Internetu není nutné rozumět. Internet je nutné používat!



Udělejte si radost!

Internet je **úžasný nástroj**, který lidem **zjednodušuje život**.

Znám se osobně s mnoha poradci, kteří díky internetu nemusí dělat to, co je na práci finančního poradce nejvíce frustrující. Neustále shánět nové klienty. Lidé jim prostě **volají sami**.

Ale i oni museli jednou začít. Právě tak, jako vy dnes. Mám pro vás připravené návody a postupy, které stačí jenom vzít a začít používat.

Vydáváte se na cestu, která vám určitě zjednoduší práci a přinese **větší radost ze života**.

Těším se na to, až se spolu setkáme na některém z mých živých kurzů a držím vám palce!

Pavel Fara



Deset příkázání

Deset příkázání pro úspěšné získávání obchodů z internetu.

Tak to je to, co Vás bude provázet už napořád.

Všechna ta příkázání mají svůj smysl a vyplatí se jimi řídit. Je to nezbytný předpoklad k tomu, aby Vám podnikání na internetu fungovalo



První příkazání:

Jsi přítomen na největším tržišti světa, internetu

Víte kolik lidí mělo před patnácti lety, v roce 1997, mobilní telefon?

V té době bylo evidováno v naší zemi 527.000 SIM karet

Bylo to 5% české populace, Pouhých 5% lidí mělo mobilní telefon. Tenkrát bylo úplně normální, že nemá každý mobil.

A jak je to dnes? Ten kdo dneska nemá mobil je tak trochu podezřelý....



První přikázání:

Jsi přítomen na největším tržišti světa, internetu

Před patnácti lety bylo normální nemít mobil. Ale dnes je divné, když vám někdo řekne, že nemá mobil...

A podobná situace je totiž s přítomností na internetu. Dneska je normální, že každý není na internetu vidět. Ale za pár let bude podezřelé tam nebýt....

A je tedy moudré **předběhnout dobu** a být na internetu vidět už dnes.

Přijde čas, kdy bude **DIVNÉ** nebýt na internetu. Nemít svůj vlastní web.



První příkázání: Jsi přítomen na největším tržišti světa, internetu

Bill Gates:



"Nezáleží na tom, kde jste nyní, ale kde budete za 5-10 let svého života, jestliže nic nezměníte, jestliže nebudete reagovat na změny, které přichází nebo již nastaly."



Druhé přikázání: Klienty nehoním, klienty přitahuji!

Jak vnímají lidé poradce?

Není to úplně dobré. Skoro by se mi chtělo říci že je to docela blbé.

Profese finančního poradce nemá v naší zemi dobrou pověst. Je to ovlivněno hlavně tím, že u nás připadá jeden poradce na 35 domácností. Snad v každé rodině se najde v užším příbuzenstvu někdo, kdo si zkusil dělat finančního poradce. A každý se snaží někoho ulovit....



Druhé přikázání: Klienty nehoním, klienty přitahuji!

Profese finančního poradce nemá dobrou pověst, protože na našem trhu běhají desítky tisíc pojišťováků, zprostředkovatelů, finančních poradců...je úplně jedno, jak si kdo říká.

Desítky tisíc poradců běhají po louce, na které se snaží ulovit si svého motýla. Většinou to ale dopadne tak, že jim ten motýl stejně uletí a většinu motýlů jenom vyplaší.



Druhé přikázání: Klienty nehoním, klienty přitahuji!

Jestli se chcete co nejvíc odlišit od davu poradců na trhu, je nutné to dělat jinak!

Nehonit motýly, ale stát se voňavou květinou, na kterou se motýli slétávají sami.

A právě internet je skvělý na to, aby se Vám podařilo se tou voňavou květinou stát.
My teď budeme společně pracovat na tom, aby se Vám to podařilo!



Třetí příkazání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Princip **Sedmi dohod** popisují na několika místech na internetu, ve videokurzech i v živých kurzech a zmiňuji je snad na všech mých přednáškách.

Jestli víte, co to znamená, tak tuhle kapitolu klidně přeskočte a jenom si zapište za uši, že Sedm dohod funguje a je nutné se tímto principem při obchodování na internetu řídit.

Jestli o Sedmi dohodách slyšíte poprvé, tak si tuto kapitolu přečtěte pozorně.

A zítra si ji přečtěte ještě jednou. Toto je totiž to **nejdůležitější**, co musíte znát a dodržovat při obchodování na internetu!



Třetí přikázání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Pravidelná účast na různých kurzech a seminářích (on-line i na živo) mě stojí spoustu peněz, ale jsou to ty nejlépe investované peníze. Jeden z těch posledních seminářů byl s izraelským business konzultantem jménem Elad Hadar.

Má-li nějaký národ být symbolem úspěšných a bohatých obchodníků, tak je to právě národ židovský.



Třetí přikázání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Elad Hadar na začátku semináře položil otázku: “O židech se říká, že jsou skvělí obchodníci a traduje se, že dobrý obchodník prodá i eskymákovi kus ledu. Je to dobře nebo špatně?”

V sále bylo několik desítek lidí a začalo to tam šumět. Sálem plným obchodníků se nesly rozdílné odpovědi.



Třetí přikázání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Samozřejmě, že je to špatně. Co asi řekne doma eskymák svoji ženě eskymačce, která za deset dolarů přiveze domů na saních bednu plnou ledu? “Nechala ses napálit! Moje těžce vydělané peníze jsi utratila za led, kterého si můžeme kolem našeho iglů posbírat zadarmo kolik chceme! Který lotr ti to prodal?”

Takový obchodník už o eskymáky nadobro přišel. Nikdy si už od něj nic nekoupí, protože jim prodal zbytečné a nepotřebné zboží.



Třetí přikázání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Ono totiž platí, že s prodáváním se musí pomáhat. Prodejte eskymákovi teplou kožešinu a pomáháte mu. Prodejte mu kus ledu a o pomoci nemůže být řeč. Prodávání znamená pomáhání a platí to i naopak.

Ve světě finančních služeb to platí dvojnásob. A to je první ze dvou klíčových formulí pro úspěšný prodej na internetu. Pomáhat můžete tisícům lidí najednou.



Třetí příkazání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Způsob obchodování poradců je ovlivněn hlavně tím, jak jsou poradci odměňováni. Provizní schémata jsou nastavena tak, že většinou ta největší provize je za uzavření obchodu. A s tím se nedá nic dělat. Trh si to takto zařídil. Největší provize jsou hned na začátku, to znamená, že poradci jsou motivováni k tomu, aby sháněli pořád nové a nové klienty a zajistili si tak slušný příjem.

No a jak to dělají? Většinou nabídky na schůzku probíhají asi takto: “Ukáži Vám, představím vám, poradím Vám...”.

Co se děje v hlavě příjemce takové zprávy?



Třetí příkazání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Zkuste si představit tuto situaci. Zazvoní Vám u dveří obchodník s kufrem plným kosmetiky. Ještě ani nepromluvil. Co Vám jako první projde hlavou?

„Přišel někdo, kdo se živí prodejem voňavek. Určitě bude jeho snahou mi něco prodat. Určitě mi nechá přivonět k nějakým vzorkům. Ale vždyť nechci žádnou voňavku. Nedostanu se do nepříjemné situace, když nebudu chtít koupit? Nebude na mě tlačit?“ Podobné myšlenky proběhnou během prvních pár vteřin.



Třetí přikázání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

A něco podobného probíhá v hlavách lidí, kterým zavolá finanční poradce a chce si domluvit schůzku. “Chce se se mnou sejít finanční poradce, kterého ani neznám. Nebude mě chtít do něčeho uvrtat? Nebude na mě tlačit, abych někam posílal moje peníze? Nedostanu se do nepříjemné situace, když od něj nebudu chtít nic koupit?...”

To vše se mu zcela logicky bude odehrávat v hlavě a raději setkání odmítne. Zákazníkovi se spouští v hlavě obranný mód.



Třetí přikázání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Jeho hlava ale umí spustit i opačný mód. Mód přijímací.

Každý zákazník má při prodeji v hlavě něco jako barometr.

A digitální svět vám pomůže posouvat tento barometr z módu odmítání do módu přijímání.



Třetí příkazání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Lidé rádi nakupují, ale jsou neradi, je-li jim prodáváno. Co to znamená? Rádi chodí do obchodů. Ale jsou neradi, když za nimi přicházejí obchodníci.

Začínal jsem jako poradce před dvaceti lety. Tenkrát nám na obchodních trénincích říkali, že telefon je pouze prostředek k domluvení schůzky.

Lidé nebyli přehlaceni tolika prodejními nabídkami jako dnes. Domluvit si schůzku po telefonu nebyl velký problém. Finančních poradců bylo několikanásobně méně a klienti nebyli vystaveni takovému masivnímu prodejnímu tlaku.

Dnes je to jinak. Lidé mají nabídky na schůzky spojené s představou, že jim bude chtít poradce něco prodat.



Třetí přikázání: Obchoduji podle Sedmi dohod !



A teď k té druhé základní formuli pro obchodování na internetu. Získávání nových klientů z internetu probíhá podle schématu, kterému říkám Sedm dohod.

Sedm dohod, které musí mezi zákazníkem a obchodníkem proběhnout. Mezi zákazníkem a poradcem probíhají dohody, které mají svůj vývoj v čase a nedají se obejít.

První dohoda zní "Poznat". Dej o sobě světu vědět. Dej vědět o tom, kdo jsi a čím se zabýváš. Musíš se představit, ukázat, jak lidem pomáháš. Aby věděli, co od tebe mohou očekávat.



Třetí příkazání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Druhá dohoda se jmenuje “Hlazení”. Získej souhlas s tím, aby zákazník mohl být hlazen.

Hlazen třeba tím, že mu občas poskytnete informaci, která mu s něčím pomůže.

Radu, která se mu v budoucnu hodí.



Třetí příkazání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Třetí dohoda se jmenuje “Získej důvěru. Vytvoř vztah.” Zákazník, u kterého nemá poradce důvěru, není připraven na to, aby mu bylo prodáváno.

Pokud klient nemá důvěru poradce, snadno řekne NE.

A pokud k prodeji přesto dojde, bude ten prodej stát bez zákaznickovy důvěry na chatrných základech.



Třetí příkazání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Čtvrtá dohoda se jmenuje “Ochutnávka” Dej mu ochutnat. Ve světě finančních poradců je typickým příkladem zpracovaný finanční plán.

Pátá dohoda zní “Prodávat”.
Mám-li se zákazníkem vztah, můžu začít obchodovat.



Třetí příkazání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Většina poradců jde rovnou na věc. Snaží se rychle prodat a přeskakují předchozí dohody. Je to něco podobného, jako když jde chlapec s dívkou na první rande. Nemůže si rovnou říct o sex, jít rovnou na věc, to by asi neprošlo.

Napřed se musejí poznat, potom musí získat souhlas s hlazením, potom si můžou dát první pusu a pak teprve může přijít i ten sex.



Třetí příkazání: Obchoduji podle Sedmi dohod !

Šestá dohoda se jmenuje “Hýčkání”. Je nutné hýčkat stávající zákazníky. Pečovat o ně. V živém světě, na to nebývá čas. Přijít o zákazníka je mnohem snadnější než získat nového.

A v digitálním světě je disciplína hýčkání úžasně zábavná a hýčkání probíhá Vaším jménem, i když jste na dovolené. To umí automatizované systémy, které to dělají za Vás.



Třetí příkazání: Obchoduji podle Sedmi dohod !



Poslední dohoda je “Reference”. Reference neboli doporučení.

Když jste se zákazníkem prošli všemi dohodami a on je se vším spokojen, je velmi snadné si brát doporučení.

A v digitálním světě s nimi pracovat je úžasné.



Třetí příkazání: Obchoduji podle Sedmi dohod !



Tak to je sedm dohod. Schéma, pro úspěšné obchodování v digitálním světě. Jestli patříte mezi zkušené poradce, prodáváte podle podobného schématu.

I já jsem to tak dřív dělal. Ale kolika lidem za den se takhle můžete fyzicky, naživo představit? Setkat se s nimi?

S třemi? S pěti? S deseti? Jsou to jednotky lidí. Máme jenom jeden čas. 24 hodin denně. Víc toho času nám prostě nikdy, nikdo nedá.

Udělat změnu a začít dělat ty správné věci na internetu sice stojí nějaký čas navíc, ale rozhodně se Vám to vrátí.



Čtvrté přikázání: Máš vlastní výlohu na internetu

Jestli chcete obchodovat podle Sedmi dohod, aby se na Vás slétávali motýli, tak prostě musíte mít svojí výlohu.

Na internetu platí totéž, co v živém světě. Je to analogie, o které není ani nutné moc pochybovat. Představte si řadu deseti obchůdků s psacími potřebami v pasáži vedle sebe.

V osmi je průměrná výloha. Jeden z nich má překrásně nasvícenou výlohu, plnou pěkného zboží a jeden z nich nemá výlohu vůbec.

Kde se asi prodává nejvíc propisek?

Vy musíte udělat na internetu totéž!

Mít svou výlohu na internetu znamená mít web.



Čtvrté přikázání: Máš vlastní výlohu na internetu

Vlastní web naplňuje První dohodu: **Dát o sobě vědět**

A zároveň je dobré vědět, jak má vypadat web, který prodává. Na internetu jsou miliony webů, ale většina z nich nedělá, to co má. Nevydělává.

Aby web vydělával, musí splňovat tyto tři body:

1. Mít hodnotný obsah
2. Mít formulář pro sběr mailů
3. Mít pravidelné aktualizace obsahu



Čtvrté přikázání: Máš vlastní výlohu na internetu

Když už víte, jak by měl web vypadat, tak je také dobré vědět o tom, **co lidi vůbec nezajímá:**

1. Dlouhé statě “o mně”
2. Nejlepší produkty na trhu
3. Všechny zbytečné informace
4. Slogany typu “myslete na stáří”



Čtvrté přikázání: Máš vlastní výlohu na internetu

A naopak, co je důležité vědět, **co lidi zajímá**. Jsou to jenom dvě věci:

1. Co mi to přinese?
2. Čím je to pro mě užitečné?

Při tvorbě webu je důležité mít na paměti,
že návštěvníci webu přemýšlejí podle této rovnice:

Je mi to k něčemu? = Zůstanu tady

Není mi to k ničemu? = Jdu na jiný web

Je to nemilosrdná pravda...



Čtvrté přikázání: Máš vlastní výlohu na internetu

Dobrý tip:

Jak myslíte Vy, když jdete na nějaký web....

....přesně tak myslí návštěvníci Vašeho webu!



Čtvrté přikázání: Máš vlastní výlohu na internetu

Taky je dobré podívat se do živého světa na obchody, které mají těch výloh **víc než jednu**.

A udělat v digitálním světě to samé. Musíte mít jednu výlohu s výhledem do hlavní ulice a pak ještě nějaké výlohy do vedlejších ulic.

Čím více výloh, tím lépe. Budeme si o nich ještě víc povídat v dalších dílech, ale o jedné z nich si řekneme hned.

Na internetu je skvělé, že je spousta výloh, které si můžete **pronajmout zdarma**.

A jednu takovou výlohu si pronajměte hned teď. Najdete jí na adrese **www.dobryporadce.cz**.

Je to výloha, ve které si lidé vybírají poradce **podle referencí**. Je to jeden z kamínek mozaiky, kterou potřebujete mít k tomu, aby o vás lidé na internetu věděli.



Páté přikázání: Denně sbíráš e-mailové adresy

E-mailová databáze bude Vaším **zlatým dolem**. Bez nadsázky.

Je úplně jedno, jestli právě teď máte v databázi tisíc e-mailů nebo dvacet. Zlatý důl musíte neustále budovat.

Z pohledu Sedmi dohod je e-mail vlastně **adresou vašeho budoucího zákazníka**.

Časem se naučíte spočítat, jakou hodnotu má jedna e-mailová adresa.

Určitě se najde příležitost, abych Vás seznámil s lidmi, kteří Vám řeknou, že každý nový e-mail v jejich databázi má hodnotu dvou a více tisíc korun.



Páté přikázání: Denně sbíráš e-mailové adresy

Existuje hodně způsobů, jak sbírat e-maily a my začneme tím nejefektivnějším.

A to je vybudování návyku, který mně osobně a řadě dalších fungoval a dodnes **funuje nejlépe**.

Co udělá poradce v živém světě, když zákazník odmítne koupit?

No prostě jde dál a zkusí to jinde.

Už chápete? On skončil a šel dál. Vy to budete dělat jinak!

Z každého takového setkání odejdete s e-mailem.

Nekoupil teď, koupí jindy. Je nutné ho poslat do procesu Sedmi dohod!



Páté přikázání: Denně sbíráš e-mailové adresy

S kolika lidmi se potkáte za den? A nemusí to být jenom při nabízení vašich služeb. Potkáváme se s číšníkem v restauraci, jdeme k lékaři, jedeme natankovat benzín, potkáme s bývalým kolegou z práce

...všichni ti lidé mají e-mailovou adresu. A buďto jí budete mít vy a pošlete je do procesu Sedmi dohod nebo to bude za pár měsíců někdo jiný.

Tak tedy **udělejte si z toho návyk**. Já už to dneska dělám automaticky a vůbec nepřemýšlím o tom, že bych to nedělal. Je to něco podobného jako když si čistíte zuby. Taky o tom nepřemýšlíte a děláte to. Protože víte, že vám to pomáhá.



Páté přikázání: Denně sbíráš e-mailové adresy



Víte co dělá Ivo Toman na každém svém workshopu? Sbírá maily.

Víte co dělá Ivo Toman pokaždé, když má někde svůj stánek s knihami? Sbírá maily.

Víte proč Ivo Toman vydělává milióny ročně a vy ne? Protože dělá to, co vy neděláte.

Každý den sbírá maily. **Je to jeho návyk.**

Od zítřka si udělejte tento návyk:

Každý den si říkejte o maily každému, s kým se ten den budete bavit.

Každý den takhle posbírejte pět e-mailů a večer je dejte do e-konzultanta.

Víte co se stane?

Za měsíc budete mít v databázi sto nových mailů.

Za půl roku budete mít v databázi šestset nových mailů.

Za rok budete mít svůj zlatý důl.



Páté přikázání: Denně sbíráš e-mailové adresy

Maily je nutné sbírat i jinými způsoby a o těch si povíme v dalších dílech.

Hned zítra začněte s touto technologií. Pět e-mailů denně.

Víte jak té technologii říkám? **“Kudy chodím, tudy trousím”**

Zkuste trousit při odmítnutém obchodu nebo u svého zubaře třeba tohle:

“Pomáhám lidem s orientací ve finančních službách. V živém světě to dělám za peníze a na internetu zadarmo. Teď mám zrovna k dispozici zajímavé tipy, jak se nenechat napálit v důchodové reformě. Dejte mi maila a pošlu Vám občas tipy pro Vaší peněženku.”

Tímto způsobem jsem posbíral přes dva tisíce e-mailů.



Šesté přikázání: Buduješ nejcennější značku na světě

Udělejte si další dobrý návyk.

Jaká značka na světě je nejcennější?

Nejcennější značka na světě je vaše jméno.

Je úplně jedno, pro jakou firmu pracujete. Vaše jméno je značka, kterou Vám **nikdy nikdo nesebere**.



Šesté přikázání: Buduješ nejcennější značku na světě



Proč je to tak důležité, tak to vám povím na příběhu. Žiju v Rokycanech, to je malé okresní město v Západních Čechách. V Rokycanech byl hodně známý zubař, kterého si všichni chválili. Prostě byl hodně dobrej.

Byl to doktor Urban. Teď už není mezi živými, ale když se řeklo Dr. Urban, tak to prostě byla značka. Když někdo chtěl dobře udělat zuby, tak se snažil dostat k doktoru Urbanovi. Určitě podobné lidi, poptávané odborníky, lékaře, zubaře, právníky, advokáty, daňové poradce, máte i u Vás. Doktor.Urban byl květinou, na kterou se slétávali motýli. Proto je nejdůležitější propagovat tu nejcennější značku na světě.

A je úplně jedno, pro jakou společnost pracujete. Lidé možná ani neví, jestli doktor Urban je zaměstnancem v nemocnici nebo jestli má soukromou praxi, jestli pracuje v nemocnici státní nebo soukromé.

Když na internetu vystavíte sebe, jako tu nejcennější značku na světě, tak to bude první krok k tomu, abyste se začali stávat tou voňavou květinou.



Šesté přikázání: Buduješ nejcennější značku na světě



Udělejte si z něj kamaráda, který bude propagovat tu nejcennější značku na světě zdarma.

Víte kdo to je?

Jmenuje se Google

Zkuste si do googlu napsat svoje jméno. Co se stalo? Nic? Tak neplačte. Za pár měsíců to bude jinak.



Šesté přikázání: Buduješ nejcennější značku na světě



Naučím Vás, jak to zařídit, aby ta nejcennější značka, Vaše jméno, byla za pár měsíců ve vyhledávání Google **první**. A nebudete za to muset platit Googlu **ani korunu** za reklamu.



Šesté přikázání: Buduješ nejcennější značku na světě



Zkuste si dát do Googlu tato jména:

Miroslav Vrba
Ondřej Choc
Petr Janíček
Miroslav Jabůrek

Ta jména mají něco společného:

- 1) Google je zdarma ukazuje na prvním místě
- 2) Ti lidé prošli mojí školou on-line marketingu

Dobrá zpráva je, že vás naučím **to samé**. Za pár měsíců bude vaše jméno na **prvních místech**.



Sedmé přikázání: Jsi vidět na sociálních sítích

Tak tady je na místě taky analogie s živým světem.

Sociální sítě jsou něco jako **elektronická pavlač**. Na pavlači se řeší vážná témata, ale taky třeba drbou sousedi. Někdo na pavlači neustále postává a vykecává se, někdo jiný zase jenom projde a když zaslechne cestou něco zajímavého, tak se přidá do diskuze.

Ale život se neodehrává jenom na pavlačích, že? A proto je dobré k pavlačím v digitálním světě zaujmout stejně **zdravý postoj** jako k těm pavlačím v živém světě:

Nepřeceňovat jejich důležitost, ale zároveň je ani **nepřehlížet** !



Sedmé přikázání: Jsi vidět na sociálních sítích

Vaším úkolem teď bude začít vyvíjet aktivity na třech pavlačích:

Facebook: To je něco jako pavlač v nájemním domě. Tam se chodí lidi hlavně bavit.

Linked In: Tak to je něco jako pavlač v domě plném firem a manažerů.

Google plus: Tak to je pavlač v největším vyhledávači světa. A tam je prostě nutné být.

The Google+ logo, featuring the word "Google" in its multi-colored font followed by a blue plus sign.The LinkedIn logo, with the word "Linked" in black and "in" in white inside a blue square, with a reflection effect below.

Sedmé přikázání: Jsi vidět na sociálních sítích

Víc než dlouhé povídání Vám teď pomůže, když si hned uděláte na všech třech pavlačích svoje účty. Pro práci se sociálními sítěmi ode mě dostanete jeden samostatný návod, ve kterém se jim budeme věnovat podrobně.

Nejlépe totiž ty pavlače poznáte, když je navštívíte.

Takže návod jak na to:

Až si uděláte svoje účty, najděte tam moje jméno a přidejte si mě mezi přátele. Až to uděláte, tak tam ode mě najdete další dobré tipy, které publikuji jenom na sociálních sítích.



Osmé přikázání:

Propojuješ aktivity ve třech světech

Nejcennější značka na světě musí být vidět ve všech třech světech, o kterých si budeme v dalších návodech povídat:

1. Digitální svět



2. Živý svět



3. Papírový svět



Osmé přikázání:

Propojuješ aktivity ve třech světech

Ve všech třech světech je nutné dělat různé aktivity, které budeme vzájemně propojovat.

V každém z těch světů je potřeba dělat něco trochu jiného a každý z nich je efektivnější v jiné oblasti. V živém světě se s lidmi **potkáváte, povídáte**, ale dají se dělat i netradiční věci, se kterými mám dobré zkušenosti.

Jedná se třeba o **semináře pro veřejnost** nebo semináře finanční gramotnosti ve školách.

I v papírovém světě je spousta možností. Kromě psaní dopisů nebo reklamních letáčků je možné publikovat články v tisku, zvláště v regionálním tisku. To vám pomůže taky budovat svoji značku. S tím mám velice dobré zkušenosti. V dalších návodech Vám detailně vysvětlím, jak publikovat **články v novinách**, které budou propagovat Vaše jméno tak, aby vás to nestálo žádné peníze.



Osmé přikázání:

Propojuješ aktivity ve třech světech

Aktivity, které můžeme dělat, jsou v jednotlivých světech různě efektivní. Pojdme si to ukázat na sedmi dohodách. První dohoda, to aby o vás svět věděl, je nejefektivnější a nejjednodušší dělat v digitálním světě, ale můžete využívat i možností papírového světa.

Druhá dohoda, souhlas s hlazením i ta třetí dohoda - získávání důvěry, to je třeba dělat ve všech světech. Pomáháním si postupně získáváte důvěru. To je nejefektivnější v digitálním světě, ale je dobré k tomu využít i možnosti světa papírového. Dát o sobě vědět v novinách je dobré. Lidé je pořád čtou a hlavně na malých městech to pomáhá k budování povědomí o Vás, o Vaší značce.

Ochutnávka a prodávání se odehrává především v živém světě a ještě to tak asi dlouho bude. Přesto se už dnes část prodeje přesouvá do digitálního světa. Jsou to různé srovnávače pojištění a aplikace pro online prodej. V budoucnu se bude tato oblast stále rozšiřovat a bude se v digitálním světě prodávat více. Chcete být u toho? Musíte začít být viděni na internetu už teď! A poslední šestá a sedmá dohoda, to je hýčkání a získávání doporučení a referencí, k tomu je znovu nejefektivnější digitální svět.

Doporučení určitě dostáváte i v živém světě, ale k získávání referencí je nejsnazší využívat digitální svět. Všechno se tam násobí tisícičky lidí. Hýčkání stávajících klientů je skvělá disciplína. Věnujte se jim i když jste na dovolené nebo spíte!



Osmé přikázání:

Propojuješ aktivity ve třech světech

Budu Vás učit ty světy propojovat, ale využívání komunikace v digitálním světě je to nejdůležitější a nejefektivnější.

Před časem bylo běžné, že někdo neměl mobil, neměl PC a neměl ani mail. Dnes to považujeme za naprostý standard.

Představte si, že jste majitel velké firmy a děláte výběrové řízení na pozici obchodního ředitele. V řadě uchazečů se objeví jeden člověk, který se vám zdá zajímavý, ale když se ho zeptáte na telefonní číslo, řekne vám, že nemá telefon a že mobil nikdy nebude používat, když se ho zeptáte na mailovou adresu, řekne vám, že nemá mail, že se obejde i bez něj.

Nebude se vám to zdát divné? Zřejmě ano. A asi ho do firmy nepřijmete. Je nějaký podezřelý. Navíc by ani nemohl komunikovat s dnešním světem.

Za pár let bude stejně podezřelé nemít vlastní web a nebýt vidět na internetu.



Deváté přikázání: Nechtěj všechno hned!

Co nefunguje:

Stovkám lidí poslat nabídku na životní pojistku

Tohle opravdu nefunguje. Nedělejte to. Nikdy.

Co funguje:

Pravidelně posílat stovky lidí do procesu Sedmi dohod



Deváté přikázání: Nechtěj všechno hned!

Postupujte přesně podle návodů, které Vám budu průběžně dodávat a bude to fungovat.

Nemá smysl teď začít bombardovat první e-maily, které posbíráte, obchodními nabídkami.

Začněte postupně dělat tyto věci:

- 1) Propagujte nejceněnější značku na světě v sociálních sítích
- 2) Budujte e-mailovou databázi - každý den získejte v živém světě pět e-mailů
- 3) Pravidelně posílejte hodnotné informace - to teď za vás dělá automat - e-konzultant
- 4) Buďte expertem ve svém oboru - domluvte se s regionálními novinami a publikujte články



Desáté přikázání: Internetu není nutné rozumět. Internet je nutné používat!

Dneska už nestačí být jen v živém světě. Čekat na přepážce, chodit za lidmi domů, domlouvat si schůzky telefonem.

Je nutné být aktivní i v digitálním světě a tyto světy propojovat. **Začněte s tím hned dnes!**

Začněte tím, že splníte jednoduchý domácí úkol. Posbírejte vizitky ze všech šuplíků, které jsou kolem Vás a začněte si je dávat do e-konzultanta.

Držte se u toho videonávodů na obsluhu e-konzultanta.



Desáté přikázání:

Internetu není nutné rozumět.

Internet je nutné používat!

Nebojte se věcí, které neznáte. Víte, když byla doba, že se u nás objevily první mobily, tak co lidi říkali? Hlavně ti starší lidé říkali “To není pro mě...”

Moji rodiče tehdy pohlíželi na mobil jako na zbytečný luxus. A jak je to dnes? Téměř všichni senioři, babičky, dědečkové, téměř všechny děti, všichni mají mobilní telefony a všem mobilní telefony usnadňují život.

Podobné to bylo s počítači. Když se objevily první počítače, tak většina lidí říkala to samé: “To není pro mě.” Dnes má počítač téměř každý. Je to normální. Podobný vývoj je i ve světě prodeje finančních služeb. Jak se prodávaly finanční služby před dvaceti lety? Já to ještě pamatuji :-)

Na trhu bylo pár pojišťoven a téměř žádná konkurence. Šlo to snadno. Před deseti lety tady začaly působit první poradenské sítě a došlo k masivnímu nárůstu počtu zprostředkovatelů. Před pěti lety se objevily finanční služby na internetu.

Dneska už je to úplně normální, finanční produkty se prodávají na internetu. To začalo před pěti lety a dneska jsou tady servery jako Chytrý Honza nebo E-pojištění. Když někdo chce hypotéku, tak tam prostě napíše poptávku, dostane najednou desítky nabídek.

Internetu není nutné rozumět. Internet je nutné používat!

