

Jak prodávat víc DÍKY INTERNETU

Pavel Fara

Tento E-book je určen všem, kteří chtějí díky internetu posunout svoje podnikání o pár pater výš.

Nula na internetu

- ❑ Co pro Vás znamená nula? Nic? Záleží na tom, v jakém kontextu o ní mluvíme. Znam se osobně s lidmi, kteří díky internetu posunuli svoje roční příjmy o jednu nulu výš.
- ❑ Sám jsem se v podnikání na internetu naučil hodně věcí. Třeba to, jak během jednoho měsíce vydělat přes milion korun navíc. Ale taky jsem se naučil jaké to je, když na něčem řadu měsíců pracujete a pak si musíte říct nepříjemnou pravdu: „Tudy cesta nevede“.
- ❑ V tomto e-booku mám pro Vás tipy, kudy se vydat při vydělávání peněz na internetu. A taky se tu dozvíte, kudy cesta nevede.



OBSAH

- 4 Digitální a živý svět
- 6 Jak získat nové obchody z digitálního světa
- 16 Sedm dohod
- 25 Jak začít vydělávat
- 27 Pět způsobů podnikání na internetu
- 36 Čemu se raději vyhnout
- 40 Závěrečné povzbuzení



Digitální a živý svět

- ❑ Podnikání na internetu se s trochou nadsázky řídí úplně stejnými principy jako obchodování v živém světě.
- ❑ Co tím mám na mysli? Každé podnikání, potažmo prodávání, je o tom, že musíte pomáhat. V živém světě třeba majitel zelinářství pomáhá lidem tím, že si u něj lidé vyberou čerstvou zeleninu. Právník pomáhá v živém světě vyřešit lidem jejich spor se sousedem. Lékař pomáhá lidem spravit zlomenou nohu.
- ❑ Kdyby svojí práci nedělali dobře, tak nemohou fungovat. Lidi si prostě mezi sebou hodně rychle řeknou, že zelinář má vymetené regály a přestanou tam chodit...



Digitální a živý svět

- ❑ V digitálním světě platí stejná pravidla. Pomáhejte lidem a budete úspěšní.
- ❑ V tomto e-booku najdete konkrétní návody, jak lidem pomáhat a vydělávat u toho peníze. Pomáhat můžete třeba tím, že:
 - ❑ Prodáváte zboží - podobně jako zelinář
 - ❑ Prodáváte službu - podobně jako lékař
 - ❑ Radíte lidem - podobně jako právník
- ❑ Než se ale do toho pustíme, přečtěte si následující článek “Jak získat nové obchody z digitálního světa”. Psal jsem jej původně pro finanční poradce, kteří chtějí vydělávat na internetu, ale platí pro všechny ostatní obory.



Jak získat nové obchody z digitálního světa

Práci finančního poradce se věnují tisíce lidí na českém trhu a získat nového klienta rozhodně není jednoduché. V registru České národní banky je zapsáno 150 tisíc zprostředkovatelů a většina z nich dělá jednu a tu samou věc. Volá lidem a nabízí jim finanční služby.

V době internetu se to dá dělat i jinak. Internet je skvělý na to, že můžete být každý den v kontaktu s tisícem lidí zároveň. A je jen otázkou času, kdy někdo z těchto potenciálních klientů bude potřebovat s něčím poradit a ozve se vám sám.



Naštvat eskymáka

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.



Naštvat eskymáka

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.



Naštvat eskymáka

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



Naštvat eskymáka

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.



Ochranný mód zákazníků

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?



Ochranný mód zákazníků

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.



Ochranný mód zákazníků

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 obranný mód.



Ochranný mód zákazníků

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.



Ochranný mód zákazníků

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 přehlčeni 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.



Sedm 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.



Sedm dohod

Druhá dohoda se jmenuje “Hlazení”. Získej souhlas s hlazením 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.



Sedm 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.



Sedm 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.



Sedm 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.



Sedm 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.



Sedm 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.



Sedm 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.



Sedm dohod

Nechte se k tomu inspirovat slovy jednoho z nejbohatších lidí na zemi. Bill Gates, zakladatel Microsoftu, o tom mluví takto: "Nezáleží na tom, kde jste nyní, ale kde budete za 5 až 10 let svého života."



Jak začít vydělávat?

- ❑ Teprve teď, po přečtení Sedmi dohod, má smysl pokračovat dál.
- ❑ Jestli jste s principem Sedmi dohod v pohodě, jste na dobré cestě rozjet podnikání na internetu na plný koule
- ❑ Jestli s tím v pohodě nejste, tak se do podnikání na internetu zatím nepouštějte. Nechejte to v hlavě ještě chvíli zrát....
- ❑ A teď se můžeme pustit do popisu toho, co vlastně na internetu lze dělat a vydělávat tím.



Vyberte si to “svoje”

- ❑ To je úplně jasný. Musí Vás to bavit! Když člověk dělá to, co ho baví, tak je mnohem úspěšnější. Ale samo o sobě to nestačí.
- ❑ Internet je skvělý v tom, že skýtá nepřeborné množství možností pro prodej zboží a služeb
- ❑ Moje rada číslo 1: Pokud už v nějakém oboru podnikáte, máte svou firmu a baví Vás to, využijte internet a on-line marketing k získání nových zákazníků a obchodů. Čtěte dál, přeskočte kapitoly, kde jsou tipy pro podnikání na internetu a vyzkoušejte nástroje pro on-line marketing. Dobrou volbou je www.digitalni-obchodnik.cz
- ❑ Moje rada číslo 2: Pokud vás láká změna a chcete se pustit do podnikání, nikdy to nebylo jednodušší. A ta moje rada? Vyberte si to, co Vás baví a v čem jste dobří.



Pět způsobů podnikání

- Představím Vám 6 způsobů podnikání na internetu
- Existují i další, ale s těmito šesti si prozatím vystačíme



Pět způsobů podnikání

- ❑ E-shop
- ❑ Výroba infoproduktů
- ❑ Affiliate
- ❑ Prodej na aukcích
- ❑ Kreativní výrobky



E-shop

- To je asi ten nejlépe představitelný způsob, jak vydělávat na internetu
- Pořídit si vlastní e-shop můžete dvěma způsoby



E-shop

- ❑ 1. způsob: Vlastní e-shop
- ❑ To bych doporučil hlavně tomu, kdo má nějaké originální zboží. Zapomeňte na to, že cesta vede prodejem spotřebního zboží. Konkurence je veliká a jestli nemáte po kapsách balík peněz, tak Vás konkurence zdrtí.
- ❑ Typicky dobrým artiklem může být zboží, které zajímá úzkou skupinu lidí a Vy máte možnost tuto skupinu oslovit.
- ❑ Příkladem jsou manželé Michalicovi a jejich obchod se speciálními potřebami pro malíře: <http://veselemalovani.cz/rubriky/eshop>



E-shop

□ 2. způsob: Dropshipping

- O co jde? Nezabýváte se ničím jiným, než tím, aby do e-shopu chodili návštěvníci. Ostatní za vás dělá partner - dodavatel. Objednávka se zkrátka jenom přepośle a zboží odchází k zákazníkovi. Návštěvník e-shopu vůbec netuší, že nakupuje v tomto typu obchodu, protože navenek se vše tváří jako normální e-shop. Výhodou je, že nemusíte mít žádný kapitál na rozjezd, nevýhodou jsou nižší marže a závislost na “někom třetím”
- Příkladem poskytovatele dropshippingu je <http://www.fastcentrik.cz/>



Výroba infoproduktů

- ❑ Mezi nejčastěji prodávané infoprodukty na internetu patří videokurzy a e-booky. Příkladem takového E-booku může být třeba právě ten, který čtete. Tento je ke stažení zdarma, ale na internetu se e-booky taky prodávají. Návod na to, jak napsat ebook najdete tady: [Jak napsat e-book](#)
- ❑ Videokurzy může na internetu udělat každý, kdo má co předat lidem kolem sebe. A zdaleka to nemusí být videokurzy o vydělávání peněz. Hodně dobré peníze vydělává třeba kurz Moniky Brýdové, která učí kreativní tvorbu z FIMO hmoty.
- ❑ Chcete-li vytvořit vlastní on-line kurz, nikdy to nebylo jednodušší. Nemusíte nic programovat ani kupovat technické řešení. Je tady pro vás platforma www.kurzyproradost.cz



Affiliate

- ❑ Nemusíte ani nic vyrábět a přesto můžete prodávat. A jak to funguje? Vše je velmi jednoduché! Jeden partner něco vyrobí a druhý pomůže s propagací. Cizí produkty můžete propagovat na internetu jednoduchým způsobem. Získáte jedinečný odkaz a z každého návštěvníka, který přes Váš odkaz koupí zboží, službu nebo infoprodukt, získáváte provizi.
- ❑ Příklad affiliate programu i s popisem jak na to, získáte třeba tady: <http://affil.kurzyproradost.cz>



Prodej na aukcích

- ❑ Prodávát můžete na internetu i bez vlastního e-shopu. Webové aukce fungují tak, že umístíte na jejich web popis zboží, jeho obrázek a o prodej se postará vysoká návštěvnost těchto portálů.
- ❑ Příklad českého aukčního prodeje najdete třeba tady: www.fler.cz
- ❑ Mezi zahraničními je asi nejznámější www.ebay.com



Kreativní výrobky

- ❑ Baví Vás vyrábět hezké věci? Výrobky z hlíny, brože, bytové doplňky nebo módní doplňky? No tak to je jasné! Vyzkoušejte prodat svoje výrobky na internetu. Jsou specializované portály, které jsou na to připravené a když vytvoříte něco pěkného, určitě se to prodá. Řada šikovných lidí si z toho udělala legitimní živnost.
- ❑ Asi nejznámější český portál tohoto typu najdete tady: www.fler.cz



Čemu se raději vyhnout

- Je toho hodně, čemu je dobré se na internetu vyhnout a všechno by se ani do tohoto e-booku nevešlo. To ale nevadí, protože pro začátek mám pro Vás pár doporučení, která stačí dodržovat a nešlápnete vedle.
- Tak tedy otočte list a pěkně si запиšte za uši, čemu se raději vyhnout



Čemu se raději vyhnout

- ❑ Zapomeňte na všechna lákadla typu “Práce na internetu” z domova. Zpravidla to funguje tak, že zaplatíte poplatek a přijde Vám návod, abyste dali inzerát podobného znění a napálili další nešťastníky
- ❑ Zapomeňte na všechna lákadla typu “Zhodnocení investic” Můžete se setkat s pojmy HYIP (High-Yield Investment Programs), případně HYROL (High Yield Return On Loan), které nabízejí zhodnocení investic v řádu desítek procent.
- ❑ Pyramidová schémata. Říká se tomu taky Ponziho schém. Zaručená past na vaše kačky. Do toho se nepouštějte. A jak je poznáte? Někdo po Vás chce platbu a Vaším úkolem je shánět další účastníky za poplatek.



Čemu se raději vyhnout

- ❑ Obecně lze shrnout předchozí body do jednoho: Nechoďte do ničeho, kde po Vás chtějí nějaký poplatek předem.
- ❑ Prodej výherních schémat pro hazardní hry. Vypadá to lákavě, ale je to nesmysl. Ta schémata fungují za předpokladu, že máte neomezený zdroj peněz. A to nemá nikdo. S každou výhrou exponenciálně roste množství peněz, o které můžete přijít.
- ❑ Kličáčky. Říká se takhle různým nabídkám typu “sedíš doma u počítače a kličáš”. Nejde ani tak o podvod, jako o hovadinu. Poplatky za kličání jsou tak nízké, že v přepočtu na hodinovou sazbu si víc vyděláte jako pokladní v Tesco.



Čemu se raději vyhnout

- ❑ Generální rada závěrem má zkratku: “ZSR”
- ❑ Víte co ta zkratka znamená?
Zdravý Selský Rozum
- ❑ Vyhněte se všemu, čemu nerozumíte.



Závěrečné povzbuzení

- ❑ Chcete pro svůj svůj on-line marketing nové inspirace?
Prohlédněte si moje videa na YouTube: https://www.youtube.com/channel/UC-lz0EX_y7jHNPP0goDVO8Q
- ❑ Nástroje pro tvorbu webu a e-mail marketing najdete tady: www.digitalni-obchodnik.cz
- ❑ Jste finanční poradce? Vlastní web a e-mail marketing snadno zprovozníte tady: <http://www.e-konzultant.cz>
- ❑ Prodejní techniky a obchodní dovednosti načerpáte tady: www.obchodnickaakademie.cz
- ❑ Jestli potřebujete konzultaci, můžete si jí objednat na mém webu: www.pavelfara.cz/ceny

