

10 nejčastějších námitek, které zabíjí obchod – a jak je otočit ve svůj prospěch

Praktický průvodce pro obchodníky, kteří chtějí uzavírat s jistotou.

OBSAH PRŮVODCE NA NÁMITKY

ÚVOD

Každý obchodník musí projít bojem s námitkami. Ty rozhodují.

KAPITOLA 1:

„Já do toho nejdu / Nemám zájem.“

KAPITOLA 2:

„Musím se poradit s manželkou / šéfem / kolegou.“

KAPITOLA 3:

„Můžete mi dát slevu?“

KAPITOLA 4:

„Konkurence to má levnější / lepší“

KAPITOLA 5:

„Já si to chci nechat rozležet“

KAPITOLA 6:

„Je to moc drahé.“

KAPITOLA 7:

„Pošlete mi to do mailu a já se ozvu.“

KAPITOLA 8:

„Teď ne. Ozvěte se později.“

KAPITOLA 9:

„Pošlete mi nějaké reference.“

KAPITOLA 10:

„Musím si to promyslet.“

Každý obchodník musí projít bojem s námitkami. Ty rozhodují.

Ať už prodáváš konzultace, kurzy, služby nebo produkty – jedno je jisté.

Dřív nebo později **narazíš na stejný typ vět, které rozhodnou o osudu obchodu.**

Věty jako:

„Musím si to rozmyslet...“

„Je to drahé...“

„Teď na to nemám čas...“

nebo **„Musím se poradit s manželkou/manželem...“**

Tohle nejsou jen slova. **Jsou to testy. Výzvy. Signály.**

A hlavně – **jsou to brány k důvěře a k uzavřenému obchodu.**

Pokud se na ně nenaučíš reagovat správně, **budeš stále dokola narážet.**

Pokud se s nimi **naučíš pracovat** – staneš se „**neodmítnutelným**“
obchodníkem.

Tento e-book vznikl jako výtažek z praxe. Z desítek tréninků, stovek rozhovorů a tisíců konkrétních situací.

Pokud právě teď čteš tyto řádky, jsi v tom správném místě.

Vítej.

A stylized, handwritten signature in dark blue ink that reads "Johnny".

Námítka č. 1: „Já do toho nejdu / Nemám zájem.“

Co tahle námítka doopravdy znamená?

Na první pohled to zní jako konec. Jasně ne. Zavřené dveře.

Ale ve skutečnosti je to často **obranný mechanismus**, ne skutečné rozhodnutí.

Zákazník neříká „NE“ vám. Říká „NE“ tlaku, nejistotě, strachu ze špatného rozhodnutí.

Možná jen **neumí říct, co ho trápí**.

Proč tahle námítka vzniká?

- Zákazník není plně rozhodnutý, ale nechce se cítit pod tlakem.
- Něco mu nesedí – ale neřekl to nahlas.
- Má v sobě rozpor – líbí se mu to, ale něčeho se bojí.
- Nebo... opravdu to není pro něj. A je fér to vědět.

Nejdůležitější je:

Nepanikařit. Nepřesvědčovat. Nepřetlačovat.

Jak ji včas rozpoznat?

- Zákazník začne být náhle stručný, vyhýbavý nebo chladnější
- Řekne věty jako:
 - „Já o to vlastně nestojím.“
 - „Já do toho fakt nepůjdu.“
 - „Nezlobte se, ale já si to prostě nevezmu.“
- Cítíš změnu energie – jako když se zatáhnou mraky

Typické věty zákazníků

- „Nemám zájem.“
- „Já do toho fakt nejdu.“
- „Tohle není pro mě.“
- „Nezlobte se, ale já to fakt nechci.“

Jak ji zvládnout (konkrétní reakce a rámce)

Potvrd', nenech se vyvést z míry

- „Pane kliente, díky za upřímnost. Chápu, že to tak teď cítíte.“
- „Ne každý se rozhoduje hned, to je v pořádku.“

Zeptej se na rovinu – bez manipulace

- „Pojďme si to říct na rovinu – co se změnilo od chvíle, kdy jste si mě pozval?“
- „Řekněte mi upřímně – vadím vám já, produkt, firma nebo něco jiného? Vezmu to.“

Bud' připraven zvládnout, co přijde

Pokud se ukáže, že něco opravdu neseď – **respektuj to a odejdi s důstojností.**

Pokud jde o nedorozumění – **uprav nabídku. Překvap ho.**

Příklad z praxe

Klient ti na konci schůzky řekne: „Hele, já jsem myslel, že nabízíte červený mikrofony. Ty nemáte, že ne?“

Většina obchodníků by odpověděla: „No to je škoda, třeba někdy příště.“

Ty odpovíš: „**Máme i červený, jen jsem přinesl ukázkou v černé. Chcete se na ty červené podívat?**“

Výsledek? „Jo, ukažte mi je.“ —> A máš prodáno.

Praktické cvičení

Vezmi si 10 minut a napiš si 3 různé reakce na větu: „Já do toho nejdu.“

- Varianta klidná
- Varianta přímá
- Varianta s lehkým humorem

Zahraj si s kolegou modelovou situaci.

- On hraje zákazníka, který odmítá.
- Ty reaguj podle 3 kroků: potvrzení – otázka – reakce

Reflektuj:

- V čem tě to znejistělo?
- Kde ses pokusil přesvědčit?
- Co bys zítra udělal jinak?

Checklist: Jak poznáš, že jsi námitku zvládl dobře?

- ☐ Neznejistil ses, zůstal jsi klidný
- ☐ Potvrdil jsi klientovi právo odmítnout
- ☐ Dostal ses k pravé příčině odmítnutí
- ☐ Nabídl jsi alternativu nebo uzavřel důstojně
- ☐ Odešel jsi s jasnou hlavou – víš, na čem jste

Bonusový tip

Někdy „Nemám zájem“ znamená: „**Chci, ale potřebuju, aby to ještě jednou potvrdilo mou hodnotu.**“

Proto se neboj zeptat: „**Co konkrétně by vám pomohlo se rozhodnout?**“

Námitka č. 2: „Musím se poradit s manželkou / šéfem / kolegou.“

Co tahle námitka doopravdy znamená?

Na první pohled nevypadá jako problém. Klient přece jen „potřebuje někoho slyšet“.

Ale obchodníkům se při ní často **rozpadne celá schůzka**.

Proč? Protože už **nejsou u toho dalšího rozhovoru**.

A to je průšvih. Nejhorší rozhodnutí je to, u kterého **nejsi**.

Proč tahle námitka vzniká?

- Schůzku jste vedli s **nesprávným člověkem** (bez decision-makera)
- Klient **chce utéct bez konfrontace**
- Chce si to rozmyslet, ale **nechce říct „nejsem přesvědčený“**
- Má skutečně respekt k druhému rozhodovateli (manželka, šéf, partner)
- Bojí se zodpovědnosti – a **potřebuje ji přehodit**

Jak ji včas rozpoznat?

- Už v průběhu hovoru zmiňuje někoho třetího („ještě to proberu se ženou“)
- Na konci řekne:
 - „Já si to vezmu domů a zeptám se ženy.“
 - „Musím to probrat s kolegou.“
 - „Bez šéfa to stejně nerozhodnu.“

Už když to slyšíš, **víš, že jdeš mimo**. Ale můžeš to ještě zachránit.

Typické věty zákazníků

- „Já si to potřebuju ještě promyslet s někým.“
- „Ještě se musím poradit.“
- „Nerozhoduju o tom sám.“
- „Zavolám vám, až to probereme.“

Jak ji zvládnout (konkrétní reakce a rámce)

Krok 1: Přiznej chybu, ale jednej okamžitě

„Pane kliente, naprosto chápu, to je moje chyba, že jsme si nedomluvili tuhle schůzku rovnou i s paní/šéfem.“

„Můžeme mu/ji rovnou zavolat, ať je u toho? Dám to na hlasitý odposlech.“

Často se divíš, ale klient skutečně zavolá. **Když máš drive a sebejistotu.**

Krok 2: Když volání nejde, domluv follow-up

„Chápu, že teď to nejde. Jak tedy předáme informace, aby to mohlo rozhodnout správně?“

„Nebylo by lepší se sejít ještě jednou – vy, váš partner a já – a probrat to dohromady?“

Pokud řekne *ano* → domluvte schůzku

Pokud řekne *ne* → jdi na krok 3

Krok 3: Trénuj ho, ať zvládne „přesvědčit doma“

„Dobře, řekněme, že jsem váš šéf / manželka. Jak byste mi to řekl?“

„Co byste zdůraznil? Co kdybych já řekl: To je blbost?“

Zahraj s ním roli. Pomoz mu. Uprav jeho argumenty. Když to zvládne, má šanci uspět. Když ne, víš, že problém je jinde.

Krok 4: Zeptej se na pravdu

„Upřímně – kdyby to rozhodnutí bylo jen na vás, šel byste do toho?“

Pokud řekne *ano* → víš, že jen potřebuje pomoc

Pokud váhá → jsi zpátky u jiné (skryté) námitky. Jdi po ní.

Krok 5: Domluv poslední krok

„Kdy to s manželkou/šéfem proberete?“

„Můžete mi dát vědět ještě dnes večer, jak to dopadlo?“

Domluv přesný čas a formu zpětné vazby.

Příklad z praxe

Obchodník prezentuje službu.

Klient říká: „Musím to ještě probrat s manželkou.“

Obchodník: „Rozumím, to je důležité. Můžeme jí hned teď zavolat? Dáme to na hlasitý a já jí odpovím, co bude třeba.“

Klient: „No... vlastně jo. Pojdme jí zavolat.“

Volají. Odpovíš na dvě otázky.

Klient řekne: „Tak jo, berem to.“

Bez tohoto bys odešel s planým slibem a čekal na hovor, který nikdy nepřijde.

Praktické cvičení

Napiš si 3 varianty, jak zareaguješ na větu: „Musím se ještě poradit.“

Zahraj si s kolegou: Ty jsi obchodník, on je klient, který se chce „poradit“

- Pak si vyměňte role
- Vezmi si 3 skutečné případy, kdy klient odešel s touto námitkou.
- Co jsi mohl udělat jinak?

Checklist: Jak poznáš, že jsi námitku zvládl dobře?

- ☐ Nešel jsi do tlaku, ale do spolupráce
- ☐ Nabídl jsi rovnou řešení (volání / follow-up)
- ☐ Klient přesně ví, jak to odprezentovat doma
- ☐ Domluvil jsi přesný další krok

Bonusový tip

„Musím se poradit“ je často **kulturně přijatelná výmluva**.

Ale obchodník, který ji zvládne s klidem a systémem, získá rozhodnutí zpět pod svou kontrolu.

Námitka č. 3: „Můžete mi dát slevu?“

Co tahle námitka doopravdy znamená?

Klient si chce „jen zkusit říct o slevu“.

Není na tom nic špatného – v mnoha kulturách je to naprosto běžné.

Ale pokud nemáš jasný rámec:

- začneš slevu rozdávat bezhlavě
- ztrácíš autoritu
- a brzy si klienti budou mezi sebou porovnávat čísla.

Proč tahle námitka vzniká?

- Klient je naučen ptát se „Co mi zlevníte?“
- Testuje, jestli jsi *měkký obchodník*
- Chce si udělat radost, mít „lepší deal“
- Cítí, že **nemáš jasná pravidla**
- Chce ušetřit nebo navýšit hodnotu – ale **není proti zaplatit férovou cenu, pokud má důvod**

Jak ji včas rozpoznat?

- Přichází často u lidí, kteří vyjednávají z principu
- Může se tvářit přátelsky:
 - „Dáte mi nějakou slevičku?“
 - „Co kdybyste to trošku upravili?“
 - „Já bych si to vzal, ale musíte mi dát lepší cenu.“

Typické věty zákazníků

- „Nemáte tam něco levnějšího?“
- „Dáte mi lepší cenu?“
- „Konkurence mi to dala o 10 % níž.“
- „Já bych si to vzal, kdybyste to ještě trochu stáhli.“

Jak ji zvládnout (konkrétní reakce a rámce)

1. Nikdy nedávej slevu jen tak

Sleva = výměna za něco.

Tím si chráníš důstojnost, hodnotu i systém.

Sleva za:

- větší odběr
- předplatné
- platbu dopředu
- nákup pro více lidí

2. Reakce s autoritou a respektem

„Pane kliente, skvělá otázka. Sleva je možná – máme ji nastavenou takhle:

- Při odběru 3 kusů – 5 %
- Při odběru 6 kusů – 10 %
- Při odběru 20 kusů – 15 %
- Která z těchto variant vás zajímá?“

Výsledek? Klient **se rozhoupává k většímu nákupu** a ví, že **systém je fér pro všechny**.

3. Buď pevný, ale přívětivý

„Rozumím, že chcete tu nejlepší cenu. Proto máme jasně daná pravidla. Je to fér – jak pro vás, tak pro ostatní klienty.“

Pokud chce klient výjimku → říká si o precedens. A to **zabíjí důvěru**.

Příklad z praxe

Klient: „Nemohli byste mi dát 20 % slevu?“

Ty: „Chápu, že chcete ušetřit. Když odeberete 20 kusů nebo si to předplatíte na rok dopředu, máte 20 %. Jinak držíme standardní ceny, abychom byli féroví ke všem klientům. Která varianta vám dává největší smysl?“

Výsledek: Klient se nerozhoduje jestli koupit – ale *kolik koupit*.

Praktické cvičení

Vymysli si 3 konkrétní rámce slev pro svůj produkt/službu:

- Množstevní
- Předplatné
- Sdílené využití (pro více lidí)

Zahraj si s kolegou:

- On ti dá 5 různých vět typu „Dejte mi slevu“
- Ty pokaždé odpověz systémově, klidně, s jasnými mantinely

Checklist: Jak poznáš, že jsi námitku zvládl dobře?

- ☐ Neustoupil jsi pod tlakem
- ☐ Předložil jsi slevu jako výměnu
- ☐ Klient přijal podmínky s respektem
- ☐ Obchod se posunul kupředu – větší nákup nebo jasné NE
- ☐ Víš, že jsi neohrozil svou autoritu

Bonusový tip

Nejlepší reakce na slevu je otázka:

„Kolik toho potřebujete?“

Přesměrování od ceny k objemu nebo hodnotě je klíč.

Námitka č. 4: „Konkurence to má levnější / lepší“

Co tahle námitka doopravdy znamená?

Klient říká, že **chce srovnat nabídku**.

To zní logicky. Jenže realita je často jiná:

- Zákazník **už ví, co chce** – jen hledá důvod, proč ještě neříct ano.
- Nebo chce trochu zatlačit na pilu.
- Nebo prostě zvykově porovnává, aniž by opravdu srovnával hodnoty.

Jde o **emoční brzdu**, ne o racionální analýzu.

Proč tahle námitka vzniká?

- Klient má strach, že udělá **špatné rozhodnutí**
- Je zvyklý se **rozhodovat „po porovnání“**
- Nechce říct rovnou ano, protože si **není ještě jistý tebou**
- Možná jen hledá výmluvu k odchodu

Ale hlavní motiv je vždy jeden:

Ztrácí pozornost na řešení svého problému a přesouvá ji na *technické detaily* nebo *ceny*.

Jak ji včas rozpoznat?

Klient říká:

- „Ještě si to chci porovnat.“
- „Ještě si obejdu konkurenci.“
- „Támhleto je o dva tisíce levnější.“
- „Mají tam o hodinu delší trénink.“

To nevadí. **Ted' se musíš vrátit k jádru problému.**

Typické věty zákazníků

- „Já si to ještě porovnáám a ozvu se.“
- „Konkurence má něco podobného a levněji.“
- „Támhle mají větší tým / víc služeb / jiný systém.“
- „Nejsem si jistý, kdo mi to dodá líp.“

Jak ji zvládnout (konkrétní reakce a rámce)

1. Klienta potvrd' a pochval

„Rozumím, pane kliente. Je skvělé, že si to chcete porovnat. Je vidět, že vám na tom opravdu záleží.“

(už tím získáváš jeho důvěru – a nesklouzáváš do obrany)

2. Zeptej se: Co přesně budete porovnávat?

„Jenom ať vím, co pro vás bude klíčové – porovnáváte cenu, nebo kvalitu? Nebo něco jiného?“

Tady dostaneš signál, co opravdu řeší.

3. Vrať se k tomu, co se mu líbilo – potvrd' 3 klíčové body

„Dobře, jenom ať to mám srovnané i já: Říkal jste, že vaši obchodníci nedávají kvóty a že to chcete řešit. Líbilo se vám, že náš trénink není teoretický, ale praktický – 90 % je reálný nácvik. Říkal jste, že byste je ideálně poslal už tento víkend, abyste měl výsledky co nejdřív. Je to tak?“

Klient potvrdí = **vracíš ho zpátky do rozhodovací energie**

4. Pomoz mu si uvědomit: Teď může problém vyřešit

„Pane kliente, chápu, že by se u konkurence možná něco našlo levnějšího, ale otázka je: vyřeší to ten problém hned? Tak, jak potřebujete? Chcete to mít hotové, nebo to dál porovnávat?“

Nasměřuj ho zpět na **řešení problému**, ne na srovnávání podmínek.

Příklad z praxe

Klient říká: „Hele, konkurence to má o tisícovku levnější.“

Ty: „Díky, že to říkáte. Jen abych si to ujasnil – vám se líbilo, že to vaši obchodníci projdou prakticky, že to mají hned tento víkend a že konečně prolomíte ty nízké výsledky, které vás stojí desítky tisíc měsíčně. Je to tak?“

Klient: „Jo, je.“

Ty: „Tak pojďme do toho. Máme řešení – teď. A víme, že funguje.“

Praktické cvičení

Vytipuj 3 věty, které klienti používají při porovnávání s konkurencí

Napiš si ke každé z nich:

- Potvrzovací větu
- Otázku „co přesně porovnává“
- 3 body, které bys mu mohl připomenout

Zkus si to nahlas. Nečti – mluv. Dostaň to do krve.

Checklist: Jak poznáš, že jsi námitku zvládl dobře?

- ☐ Nešel jsi do obrany ani do porovnávání
- ☐ Vrátil jsi klienta zpátky k jeho problému a touze po řešení
- ☐ Nechals ho říct ANO na to, co se mu líbilo
- ☐ Nabídl jsi rozhodnutí TEĎ – s důvěrou a jistotou
- ☐ Klient přestal porovnávat a začal rozhodovat

Bonusový tip

Největší síla není v tom „vyhrát porovnání“, ale **v tom přesunout klientovu pozornost od konkurence zpět k jeho problému.**

A pak mu pomoci ho *vyřešit hned*.

Námitka č. 5: „Já si to chci nechat rozležet“

Co tahle námitka doopravdy znamená?

Klient říká, že **se nechce rozhodnout hned**.

Tváří se to jako „zásada“, ale často je za tím:

- předchozí **špatná zkušenost**,
- **vnitřní nejistota**,
- nebo snaha se **vyhnout tlaku a odpovědnosti**.

V jádru to není o tobě. Je to o **minulé bolesti, kterou nechce zopakovat**.

Proč tahle námitka vzniká?

- Klient se **v minulosti rozhodl rychle – a dopadlo to špatně**
- Nosí si v sobě **podvědomou obranu**: „Už nikdy nebudu tlačěn.“
- Bojí se, že **zase naletí**
- Má pocit, že **potřebuje víc času**, aby byl v klidu

A ty jako obchodník máš **dvě možnosti**:

1. Přistoupit na hru → klient odejde → zapomene
2. Pomoci mu **přepsat tenhle vzorec** skrze důvěru, empatii a vedení

Jak ji včas rozpoznat?

- Klient říká:
 - „Potřebuju si to nechat projít hlavou.“
 - „Já se nikdy nerozhoduju hned.“
 - „Ozvu se zítra / příští týden.“
- Všechno vypadá „OK“, ale obchod **stojí**

Typické věty zákazníků

- „Já se musím vyspat s rozhodnutím.“
- „Nikdy nedělám rozhodnutí na první dobrou.“
- „Nechte mi to rozležet, ozvu se.“
- „Je to fajn, ale ještě si to potřebuju promyslet.“

Jak ji zvládnout (konkrétní reakce a rámce)

1. Potvrd', zopakuj výhody, ukaž přínos TEĎ

„Pane kliente, rozumím. A zároveň – jen si to srovnám:

- Říkal jste, že se vám líbilo tohle... (potvrdit 1. výhodu)
- Říkal jste, že vás oslovilo tohle... (potvrdit 2. výhodu)
- A že vám dává smysl i tohle... (potvrdit 3. výhodu) Je to tak?“

Tím ho vracíš do pozitivní energie rozhodování

2. Zeptej se na rovinu: „Máte s tím špatné zkušenosti?“

„Můžu se zeptat – máte nějakou historickou zkušenost, kdy jste se rozhodl rychle a nedopadlo to dobře?“

Klient ti otevře skutečný důvod → trauma, podvod, ztráta, stud

Tím se neděje magie – ale **buduje se hluboká důvěra.**

3. Pomoz mu odpojit minulost od přítomnosti

„Chápu to. A přesto – tady máme situaci, kde:

- Řešíme reálný problém
- Máme konkrétní řešení
- A jasný termín, kdy to můžete začít využívat
Tak proč čekat, když cítíte, že tohle je ono?“

Nabízíš přechod z minulosti do akce TEĎ.

Příklad z praxe

Klient: „Já si to musím nechat projít hlavou. Nedělám rychlá rozhodnutí.“

Ty: „Úplně chápu. Můžu se zeptat – měl jste někdy špatnou zkušenost s rychlým rozhodnutím?“

Klient: „Jo... jednou jsem se nechal ukecat do půjčky a dopadlo to šíleně.“

Ty: „Děkuju, že to říkáte. Víím, že tohle může v hlavě zůstat roky. Ale pojďme se vrátit sem: líbilo se vám, že... (výhoda 1), že... (výhoda 2)...

Tak co, uděláme teď rozhodnutí, které vám konečně pomůže?“

Výsledek: Klient **překonal starý vzorec** – a šel do toho.

Praktické cvičení

Napiš si 3 varianty, jak reagovat na „Potřebuju si to nechat projít hlavou“

Vymysli 3 klíčové otázky, kterými klienta vrátíš k přínosu TED

Zkus si nahlas říct větu: „Máte s tím špatnou zkušenost?“ a představ si reakci – jak bys na ni lidsky navázal.

Checklist: Jak poznáš, že jsi námitku zvládl dobře?

- ☐ Nepřistoupil jsi na „třeba někdy“
- ☐ Získal jsi důvěru – tím, že ses zeptal na minulost
- ☐ Klient potvrdil přínosy, které mu dávají smysl
- ☐ Dostal jsi ho zpátky do přítomnosti a k rozhodnutí
- ☐ Nevyvíjel jsi tlak – ale **nabídl jsi vedení**

Bonusový tip

Lidé se nerozhodují podle racionálních důvodů. Rozhodují se podle **pocitu důvěry** – a ten se buduje **otázkami, ne argumenty**.

Námitka č. 6: „Je to moc drahé.“

Co tahle námitka doopravdy znamená?

Když klient řekne „To je drahý“, neříká, že **nemá peníze**.

Říká:

- Nevím, jestli mi to za to stojí.
- Nevím, jestli se mi to vrátí.
- Nevím, jestli tomu dost věřím.

Tahle námitka **není o ceně** – je o **vnímané hodnotě**.

Proč tahle námitka vzniká?

- Klient je **překvapen výší ceny** (nebyl připraven)
- Ještě **nevěří v návratnost** investice
- Má **minulou zkušenost**, kdy „drahá věc“ nepřinesla výsledky
- Má v sobě **strach** z rizika nebo zklamání
- Není dostatečně **přesvědčen o přínosu**

Jak ji včas rozpoznat?

- Klient reaguje silově:
 - „Ježiš, to je páłka!“
 - „To jsem nečekal.“
 - „To je fakt dost.“
- Změní se jeho neverbální komunikace – zavře se, zamračí, ohradí se

Typické věty zákazníků

- „To je víc, než jsem myslel.“
- „To se mi nevyplatí.“
- „To si musím ještě promyslet.“
- „To je mimo můj rozpočet.“

Jak ji zvládnout (konkrétní reakce a rámce)

1. Potvrd' a uznej jeho reakci

„Rozumím, pane kliente. Děkuju, že to říkáte na rovinu.

Chápu, že se to může zdát jako vyšší částka.“

Tím **nezeslabíš cenu**, ale **potvrdíš emoci klienta** – a otevřeš cestu dál.

2. Vrať ho k tomu, co se mu líbilo

„Pojďme si jen zrekapitulovat:

- Říkal jste, že vaši obchodníci jsou pod kvótami – to vás stojí peníze.
- Líbilo se vám, že trénink je praktický a výsledky budou hned.
- Ocenil jste, že ho vedeme my – zkušení prodejci z praxe. Je to tak?“

Klient ti opět říká ANO – **stavíš důvěru a důvod ke koupi**.

3. Propojuj hodnotu s návratností

„To, co dnes investujete, se vám může vrátit už během příštího týdne – jen díky tomu, že vaši obchodníci začnou zavírat více obchodů.

Tohle není náklad – to je investice do růstu.“

Posiluj **rámec návratnosti, zisku, výsledku**.

Příklad z praxe

Klient: „To je víc, než jsem čekal.“

Ty: „Rozumím. Díky, že jste to řekl.

Jen si to srovnejme:

- Líbilo se vám, že obchodníci budou trénováni už v pondělí?
- Že to bude praktické, žádná teorie?
- A že výsledky se můžou projevit hned?

Je to tak? Tak pojďme do toho. Udělejme z toho investici, která vám přinese zpět násobně víc.“

Praktické cvičení

Napiš si 3 reakce na větu: „Je to moc drahý“

- Potvrzující
- Hodnotová
- Návratnostní

Vezmi svůj vlastní produkt a sepiš:

- 3 klíčové benefity
- 3 věty, jak ukázat návratnost investic

Zkus si nahlas odříkat celou sekvenci: potvrzení – shrnutí přínosu – výzva k rozhodnutí

Checklist: Jak poznáš, že jsi námitku zvládl dobře?

- ☐ Nezlevnil jsi
- ☐ Nepanikařil jsi
- ☐ Vrátil jsi klienta zpět ke *smyslu*, ne k *ceně*
- ☐ Ukázal jsi návratnost a přínos
- ☐ Klient začal opět přemýšlet jako investor, ne jako šetřílek

Bonusový tip

Cena je vždy relativní – vůči hodnotě.

Pomoz klientovi uvidět hodnotu – a cena se přestane zdát vysoká.

Námítka č. 7: „Pošlete mi to do mailu a já se ozvu.“

Co tahle námítka doopravdy znamená?

Klient říká, že „se ještě ozve“.

Ale upřímně: **ozve se jen výjimečně.**

Ve skutečnosti to často znamená:

- **Nechci říct rovnou ne**
- **Nechci se rozhodnout teď**
- **Chci si nechat zadní vrátka**
- **Nejsem úplně přesvědčen, ale nechci tě zklamat**

Tahle námítka je **pastička v rukavičkách.**

Elegantní, klidná, ale smrtící pro uzavření.

Proč tahle námítka vzniká?

- Klient **nechce říct ne nahlas** – zní to nepříjemně
- Nemá dostatek **důvěry** nebo **informací**
- Cítí **tlak** nebo **zmatek**
- Chce se vyhnout rozhodnutí
- Má pocit, že „když to uvidí v klidu v mailu, tak si to třeba rozmyslí“
(ale většinou zapomene, ztratí zájem nebo ho někdo odradí)

Jak ji včas rozpoznat?

- Klient se začne „omlouvat“ nebo „oddalovat“ rozhodnutí
- Věty jako:
 - „To mi pošlete, já se na to v klidu podívám.“
 - „Dejte mi to všechno do mailu a já se vám ozvu.“
 - „Nechte mi to tady, já to ještě proberu.“

Typické věty zákazníků

- „Pošlete mi to, já si to projdu.“
- „Teď na to nemám úplně čas, ale pak se ozvu.“
- „Nechci se rozhodovat hned, tak mi to pošlete.“

Jak ji zvládnout (konkrétní reakce a rámce)

1. Potvrd' a zjisti, co přesně chce poslat

„Rozumím, pane kliente, pošlu vám to určitě. Jen ať vím, co tam přesně chcete mít, aby vám to pomohlo se rozhodnout?“

A pak si **píšeš**: cena, reference, podmínky, produkt...

2. Využij moment a ukaž vše rovnou na místě

„Máme tu ještě chvílku, tak to vezmeme rovnou:

- Tady jsou reference – chcete se na ně podívat?
- Tady je cenová nabídka – co na ni říkáte?
- Tady je materiál – můžu vám ho tady nechat.“

Klient **už všechno dostal** – a často uzná:

„Hm, no vlastně... tak to pojďme udělat rovnou.“

3. Zeptej se: „Je teď něco, co vám v rozhodnutí brání?“

„Rozumím. Jen upřímně – je něco, co byste ještě potřeboval vědět, abyste se mohl rozhodnout teď?“

Pokud řekne „ne“ → můžeš uzavírat

Pokud řekne „jo“ → vyřešíš to hned

Příklad z praxe

Klient: „Pošlete mi to mailem, podívám se na to doma.“

Ty: „Rozumím. Ať vím – co tam přesně chcete mít?“ (Zapíšeš si) OK. Můžeme se na to teď rovnou podívat – mám tady reference, tady je nabídka, a tady jsou podmínky. Říkal jste, že se vám to líbí – tak proč čekat?“

Výsledek: Klient **pochopí, že už má vše – a může se rozhodnout.**

Praktické cvičení

Napiš si 3 varianty odpovědi na „Pošlete mi to do mailu“

Vyzkoušej si s kolegou situaci, kdy ti jako klient říká:

- „Já se pak ozvu“
- Ty ho vedeš k tomu, aby se rozhodl hned

Připrav si 3 konkrétní reference, které můžeš *okamžitě* ukázat

Checklist: Jak poznáš, že jsi námitku zvládl dobře?

- Neodešel jsi s prázdnou
- Získal jsi od klienta konkrétní seznam „co potřebuje“
- Většinu věcí jsi **ukázal rovnou**
- Zjistil jsi, **jestli mu něco brání v rozhodnutí**
- Buď jsi uzavřel hned – nebo domluvil přesný další krok

Bonusový tip

Když klient říká „Pošlete to mailem“, testuje, **jestli budeš pasivní.**

Pokud zůstaneš v roli lídra, který pomáhá, máš pořád šanci obchod uzavřít.

Námitka č. 8: „Teď ne. Ozvěte se později.“

Co tahle námitka doopravdy znamená?

Zákazník říká, že **není ten správný čas**.

Ale co to opravdu znamená?

- Není připraven se rozhodnout
- Chce se vyhnout odpovědnosti
- Možná **neumí říct ne**
- Možná **je tam reálný důvod**, který stačí zjistit – a vyřešit

Většina obchodníků si řekne:

„OK, zavolám za měsíc.“

A obchod je ztracen.

Proč tahle námitka vzniká?

- Klient má **strach z rozhodnutí dnes**
- Čeká na nějakou „magickou budoucnost“, kdy to bude „lepší“
- Potřebuje si „v hlavě srovnat“ finance, lidi, čas...
- Možná **opravdu musí počkat** (např. nemá ještě dům, projekt, schválení)

Ale často je to jen:

Emoční výmluva maskovaná jako racionální odklad.

Jak ji včas rozpoznat?

- „Teď není ten správný čas.“
- „Zavolejte mi v září.“
- „Vrátíme se k tomu po dovolené.“
- „Řeším toho teď moc.“
- „To bude aktuální až za pár měsíců.“

Typické věty zákazníků

- „Teď opravdu nemůžu, zkuste za měsíc.“
- „Zavolejte v létě, to už to bude aktuální.“
- „Je to super, ale až příští rok.“
- „Teď se rozhoduju o jiných věcech.“

Jak ji zvládnout (konkrétní reakce a rámce)

1. Potvrd' a zeptej se: „Co přesně se změní?“

„Rozumím, pane kliente. Ať vím – co konkrétně se do té doby změní?“

Ať ti popíše, **proč zrovna za 2 měsíce bude ten správný čas.**

Bud' se ukáže, že důvod je:

- **řešitelný už teď**
- **skutečný a neměnný**

2. Zeptej se: „A co mohu udělat já, aby to bylo rozhodnuté se mnou?“

„Ať vím – co můžu udělat, abyste se v ten moment rozhodl se mnou? Co vám mám mezitím dodat nebo ukázat, abyste už nikoho jiného nehledal?“

Získáváš **závazek a loajalitu** – *dřív než vůbec dojde k rozhodnutí.*

3. Pokud je důvod skutečný – domluv strategický follow-up

„Fajn. Takže mi říkáte, že v březnu budete připraven? Super. Co kdybych vám do té doby poslal jednou za měsíc update? A třeba vám mezitím popřeju k Vánocům, pošlu info o vývoji trhu...“

Udržuj **kontinuitu kontaktu**, jinak se ztratíš v zapomnění

Příklad z praxe

Klient: „Ozvěte se za dva měsíce, teď nemám kapacitu.“

Ty: „Rozumím. Ať vím – co se do té doby změní?“

Klient: „Přijdou mi peníze.“

Ty: „Fajn. Ať to máme připravené – co byste chtěl ode mě teď, abyste byl stoprocentně připraven? Co vám mám poslat? Co vám mám ukázat?“

Výsledek: klient ti dá seznam —> ty to **připravíš, udržuješ kontakt** —> a v březnu kupuje od tebe.

Praktické cvičení

- ☐ Napiš si 3 varianty otázky: „Co se do té doby změní?“
- ☐ Vymysli 3 věci, které můžeš mezitím klientovi posílat (bonusy, obsah, připomínky)
- ☐ Vyzkoušej s kolegou modelovou situaci, kdy klient říká „Ozvěte se později“

Checklist: Jak poznáš, že jsi námitku zvládl dobře?

- Získal jsi jasný důvod „proč později“
- Zjistil jsi, **jestli je to řešitelné už teď**
- Domluvil jsi konkrétní follow-up
- Získal jsi **závazek, že rozhodnutí proběhne s tebou**
- Máš plán na udržení kontaktu

Bonusový tip

Odložení není odmítnutí – ale pokud **nezůstaneš v mysli klienta**, odmítnutí přijde od někoho jiného.

Námitka č. 9: „Pošlete mi nějaké reference.“

Co tahle námitka doopravdy znamená?

Zákazník říká, že **chce vidět reference**.

To je pochopitelné – chce si **ověřit důvěryhodnost**, ale často je to i způsob, jak říct:

- „Nejsem si jistý.“
- „Chci se vyhnout rozhodnutí.“
- „Nemám dost vnitřního klidu říct ano.“

A pokud reference **jen pošleš mailem**, většinou už **žádná reakce nepřijde**.

Proč tahle námitka vzniká?

- Klient chce vědět, že **už někomu pomohlo to, co nabízíš**
- Potřebuje **posílit důvěru** – než udělá rozhodnutí
- Má v sobě **pochybnost, kterou neumí přesně pojmenovat**
- Možná měl v minulosti **špatnou zkušenost**
- Nebo se chce jen „elegantně stáhnout“ z rozhovoru

Ale pozor:

Reference nejsou překážka. Jsou příležitost.

Jak ji včas rozpoznat?

- „Pošlete mi nějaké reference.“
- „Máte někoho, komu jste už pomohli?“
- „Chtěl bych si ověřit, že to fakt funguje.“
- „Pošlete mi nějaké recenze na e-mail.“

Typické věty zákazníků

- „Pošlete mi nějaký příklad, kde jste to dělali.“
- „Máte klienty, kteří měli podobnou situaci?“
- „Chtěl bych si to ještě ověřit.“
- „Pošlete mi doporučení.“

Jak ji zvládnout (konkrétní reakce a rámce)

1. Potvrd' a zeptej se: „Jaký typ referencí chcete vidět?“

„Rozumím, pane kliente. Máme jich víc – jen mi řekněte, co přesně by vám pomohlo? Chcete vidět podobný typ nemovitosti? Nebo klienta se stejným problémem?“

Tím ukazuješ připravenost a **neposíláš něco naslepo.**

2. Ukaž reference rovnou – hned na schůzce

„Skvěle. Mám tu přímo dva případy – podobný dům jako ten váš. Tady je klient, který to prodal dokonce za víc, než čekal. A tady další, kterému jsme pomohli během 14 dnů.“

(Ukazuješ. Vyprávíš. Emočně zaujmeš.)

Klient **vidí, slyší, cítí důvěru – a má chuť jít do toho hned.**

3. Zeptej se: „Stačí vám tohle jako důkaz?“ → uzavři

„Vidíte, že to funguje. Tak co, pojďme to udělat i u vás. Máme šanci to zvládnout stejně. Jdeme do toho?“

Příklad z praxe

Klient: „Pošlete mi nějaké reference.“

Ty: „Rozumím. Co byste chtěl konkrétně vidět?“

Klient: „Jak jste prodali podobný dům.“

Ty: „Mám tady dvě situace – podobný typ nemovitosti, podobná cena, prodáno rychle a nad očekávání. Tady je zpětná vazba klienta. Můžete se podívat. Co říkáte? Jdeme do toho taky?“

Výsledek: Klient se přesvědčí – **naživo, ne z mailu.**

Praktické cvičení

Připrav si 3 nejčastější typy referencí, které klienti chtějí

Zeptej se sám sebe:

- Mám je připravené fyzicky / v tabletu / v mobilu?
- Umím k nim říct příběh?
- Umím je ukázat v klíčové chvíli?

Zahraj si s kolegou situaci „pošlete mi reference“ – ty reaguj podle výše uvedeného postupu

Checklist: Jak poznáš, že jsi námitku zvládl dobře?

- ☐ Neřekl jsi „jasně, pošlu“ a neodešel
- ☐ Zjistil jsi, **jaký typ referencí klient hledá**
- ☐ Ukázal jsi je rovnou a na míru
- ☐ Klient reagoval pozitivně a šel směrem k rozhodnutí
- ☐ Buď jsi rovnou uzavřel, nebo posíláš mail jen jako **dodatek k osobnímu zážitku**

Bonusový tip

Nejde o to, kolik referencí máš. Jde o to, jak silně a okamžitě je umíš ukázat.

Námitka č. 10: „Musím si to promyslet.“

Co tahle námitka doopravdy znamená?

Klient neví, jak říct NE. Nebo neví, **co ho zdržuje od ANO.**

A tak vytáhne **nejstarší větu všech dob**:

„Musím si to promyslet.“

Jenže ty víš, že:

- rozhodnutí se dělají okamžitě
- zdržování je jen způsob, jak se vyhnout tlaku
- *“musím si to promyslet” často znamená “něco mi vadí, ale nevím co přesně”*

Proč tahle námitka vzniká?

- Klient má **v hlavě nezodpovězenou otázku**
- Necítí se **dost jistý** pro rozhodnutí
- Možná řeší **jinou skrytou námitku** – cenu, důvěru, termín...
- Nechce říct „ne“, tak říká „možná“
- Je zvyklý si všechno „rozležet“ – protože má **strach z chyby**

Jak ji včas rozpoznat?

- „Musím to ještě promyslet.“
- „Dám si to do hlavy a ozvu se.“
- „Je to zajímavý, ale potřebuju čas.“
- „Chci si to srovnat v hlavě.“

Typické věty zákazníků

- „Musím si dát pár dní.“
- „Chci se na to podívat v klidu.“
- „Nechci se rozhodovat pod tlakem.“
- „Je to vážná věc – potřebuju prostor.“

Jak ji zvládnout (konkrétní reakce a rámce)

1. Potvrd' a zeptej se: „Když byste to měl oznamkovat od 1 do 10...?“

„Chápu, pane kliente, že si to chcete promyslet. Jen pro představu – kdybyste měl říct, jak blízko rozhodnutí jste, kde byste se teď cítil na škále 1–10?

1 znamená: Ne, tohle není pro mě vůbec 10 znamená: Jdu do toho hned.

Jaké číslo by to bylo?“

Klient většinou řekne **něco mezi 6–8**. A tím ti otevře dveře.

2. Zeptej se: „Co by z toho udělalo desítku?“

„Super. A co by vám tam ještě chybělo, aby to bylo 10/10? Co je to, co potřebujete ještě slyšet, vědět, cítit?“

Klient ti teď **řekne pravou námitku**. Teprve teď můžeš začít **opravdu řešit to, co mu brání**.

3. Zvládni pravou námitku – a uzavírej

„Děkuju, že jste to řekl. Tak pojďme to vyřešit – tady je ta věc, co vám chyběla. A pokud je to už 10/10 – jdeme do toho?“

Příklad z praxe

Klient: „Musím si to promyslet.“

Ty: „Rozumím. Jen ať mám přehled – jak blízko rozhodnutí jste? Od 1 do 10?“

Klient: „Asi 7.“

Ty: „Skvělé. Co by to zvedlo na 10?“

Klient: „Nevím, pořád si říkám, jestli to fakt pomůže mému týmu.“

Ty: „Rozumím – ukážu vám ještě jedno video z tréninku, kde klient říká, jak mu to pomohlo. Podíváme se?“

Tím řešíš skutečný problém – ne prázdnou výmluvu.

Praktické cvičení

Napiš si 3 varianty, jak se zeptat na škálu 1–10

Vezmi si 3 minulé schůzky, kde klient řekl „musím si to promyslet“ – a napiš si, co bys řekl dnes

Trénuj s kolegou: on řekne „musím si to promyslet“, ty reaguj škálou a otázkou „co chybí“

Checklist: Jak poznáš, že jsi námitku zvládl dobře?

- ☐ Zjistil jsi, **kde klient aktuálně je**
- ☐ Získal jsi konkrétní důvod, **co mu chybí**
- ☐ Nepřijal jsi prázdnou výmluvu – ale šel jsi k podstatě
- ☐ Otevřel jsi pravou námitku a řešil ji
- ☐ Uzavřel jsi – nebo domluvil jasný další krok

Bonusový tip

Když klient říká „Musím si to promyslet“, často už **v hlavě ví odpověď** – jen čeká, **jestli ho pochopíš, nebo zatlačíš.**
