

Shrnutí 3. dne VIP části výzvy Mistr Nabídek

Třetí den jsme šli ještě víc do hloubky – **rozebrali jsme cestu klienta krok za krokem** a podívali se na to, **jak z těchto kroků udělat základ celé tvé nabídky**.

Začali jsme u mapy cesty klienta z druhého dne – a dnes jsme k ní přidali konkrétní **rizika, překážky a obavy**, které klient v jednotlivých krocích má.

A hlavně: jak je můžeš **dopředu vyřešit, odkomunikovat a proměnit v přidanou hodnotu**.

1. Hlavní myšlenka dne

Neodolatelná nabídka vzniká tehdy, když **odstraňuje překážky ještě dřív, než se objeví**.

Klient se rozhoduje mezi tebou a konkurencí nejen podle ceny, ale hlavně podle pocitu jistoty. A tu jistotu získá, když vidí, že **ty myslíš na všechno – i na to, co by on sám neřekl nahlas**.

2. Tři hlavní části dne

a) Vypsání konkrétních kroků klienta

Nestačí vědět, že „uděláme spolu analýzu“ nebo „podepíšeme smlouvu“. Musíš přesně vědět, **co se v každém kroku děje, kdo co dělá a co se může pokazit**.

Každý krok na cestě klienta má:

- jasný cíl (co se má stát),
- akci klienta,
- akci tebe,
- rizika nebo obavy,

- a řešení, které těmto obavám předchází.

Když tohle sepíšeš, vznikne ti **nejpraktikovanější nástroj celého tvého marketingu** – mapa cesty klienta, kterou můžeš proměnit v:

- prodejní argumenty,
- obsah na sociální síť,
- nebo automatizované sekvence v e-mailech.

b) Odpřednámitkování celé cesty

Každý krok klienta skrývá malou námitku, která může celý proces zastavit. Úspěšní obchodníci a marketéři to vědí – proto **všechny námitky odpoví ještě dřív, než padnou.**

Příklad:

- Klient musí poslat fakturu → „Nemám čas to hledat.“ → Řešení: „Pošli mi to klidně jako fotku, udělám to za tebe.“
- Klient má podepsat smlouvu online → „Neumím to.“ → Řešení: „Je to na tři kliknutí, pokud něco, zavolej – podepíšeme spolu po telefonu.“
- Klient má přeposlat první fakturu od nového dodavatele → „Zapomenu.“ → Řešení: „Já ti připomenu zprávou, nebo si to nastavíme automaticky.“

Tvoje komunikace má být plná takovýchto vět. To z tebe dělá profesionála, který **řeší problémy dřív, než vzniknou.**

c) Přidaná hodnota a „wow efekt“

Lidé milují, když dostanou něco, co nečekali.

A přesně to vytváří wow efekt – moment, kdy klient řekne:

„Tihle mi rozumí. Tihle ví, co dělají.“

Příklad z praxe (T-Mobile):

- Zkušební SIM karta zdarma → klient si může vše otestovat bez závazku.
- Netflix nebo modem jako bonus → klient cítí přidanou hodnotu a důvěru.
- Follow-up kontrola první faktury → klient ví, že se o něj někdo stará i po podpisu smlouvy.

Tak vzniká **neodolatelná nabídka** – když je jednoduchá, jistá a dopředu řeší všechno, co by klienta mohlo brzdit.

3. Praktické úkoly na zítra

1. Sepiš si **všechny kroky**, kterými klient prochází od prvního kontaktu až po dokončení spolupráce.
2. U každého kroku napiš:
 - co se děje,
 - jaké má klient obavy,
 - a jak tyto obavy odstraníš.
3. Vyber 3–5 momentů, kde můžeš přidat **bonus nebo wow efekt**.
 - Co můžeš udělat navíc, aby si klient řekl: „Tohle jsem nikde jinde nezažil.“
4. Promysli, **jak to použiješ v marketingu**.
 - Do textu, videa, nebo do call skriptu?

4. Co si z dneška odnést

Tvůj klient chce jednoduchost, jistotu a péči. A pokud mu ji dáš, cena přestává být důležitá. Neodolatelná nabídka je **víc o důvěře než o produktech**.

A důvěra vzniká tehdy, když klient cítí:

- že jsi připravený,

- že myslíš dopředu,
- a že všechno zvládneš i za něj.

5. Akční výzva

Do Telegram skupiny napiš 3 věci:

1. Jeden krok, který tvůj klient dělá.
2. Jeho nejčastější obavu.
3. A jak ji dopředu vyřešíš.

Sdílej to s ostatními VIP členy – pomůže ti to vyladit celý proces a připravit si finální verzi tvé nabídky pro závěrečný den.

PRACOVNÍ SEŠIT – DEN 3

Téma: Jak odstranit překážky a vytvořit „wow efekt“

1. Cíl dne

Cílem dneška je rozpoznat, co klienta na cestě brzdí, a vymyslet, jak mu to co nejvíc usnadnit. Tím vznikne nabídka, která působí přirozeně, jednoduše – a neodolatelně.

2. Krok 1 – Vypiš cestu klienta krok za krokem

Sepiš konkrétní kroky, kterými tvůj klient prochází od prvního kontaktu až po dokončení spolupráce.

.....

.....

.....

3. Krok 2 – Identifikuj překážky a obavy

U každého kroku napiš, co by klient mohl cítit nebo čeho se může bát.

(Co ho může zdržet, odradit nebo zastavit?)

.....

.....

.....

4. Krok 3 – Napiš řešení a podpůrné prvky

Jak můžeš tyto překážky vyřešit, zjednodušit nebo odstranit ještě dřív, než nastanou? Jak to můžeš ukázat v komunikaci nebo v nabídce?

.....

.....

.....

5. Krok 4 – Přidej „wow efekt“

Co můžeš udělat navíc, co klient nečeká – a díky čemu si tě zapamatuje?

.....

.....

.....

6. Krok 5 – Shrnutí do jedné věty

„Pomáhám [komu] projít celým procesem od [problému] do [výsledku] tak, že [přidáš svůj unikátní způsob nebo wow prvek].“

.....

.....

.....

7. Reflexe dne

- Co mi dnes došlo?

.....

- Jak můžu zjednodušit klientovi cestu?

.....

- Kde můžu přidat víc hodnoty, než očekává?

.....

8. Akční úkol

Vyplň pracovní sešit a napiš do Telegram skupiny:

„Jeden krok – jedna obava – jedno řešení.“

Díky tomu ti pomůžeme to vyladit a posunout k finální nabídce.