

Shrnutí 4. dne VIP části výzvy Mistr Nabídek

Čtvrtý den VIP části byl hodně praktický. Tentokrát jsme se pustili **do samotného skládání neodolatelné nabídky** – a zároveň jsme řešili, **jak přemýšlet jako podnikatel, který prodává hodnotu, ne slevu**.

Celý den se točil kolem tří oblastí:

- jak poskládat bonusy,
- jak se odlišit v nasyceném trhu,
- a jak vytvořit nabídku, která vypadá jako “no brainer”.

1 Hlavní myšlenka dne

Neodolatelná nabídka není o ceně. Je o hodnotě, kterou klient cítí.

Nezáleží na tom, jestli prodáváš telekomunikační služby, energii nebo finanční poradenství – klient se rozhoduje podle *pocitu výhodnosti*. A ten vzniká, když jasně vidí, že *získává víc, než kolik platí*.

2 Tři hlavní části dne

a) Bonusy, které dávají smysl

Každý VIP účastník pracoval na svém systému bonusů. Nešlo o “přidej slevu” – ale o to, **jak vytvořit balíček, který zvýší vnímanou hodnotu bez snížení ceny**.

Příklad z praxe:

- **Pavel (telekomunikace)** – ukázal, jak klientům může přidat hardware, AI asistenta nebo Alza Plus zdarma. Hodnota přes 50 000 Kč – ale díky

nastavení systému ho to nestojí nic. Klient má pocit: “Dostávám víc, než platím.” A to prodává.

- **Ivan (energie)** – zjistil, že dodavatelé dnes už nic “navíc” nedávají, takže bonus musí vytvořit on sám. Vymyslel proto model **cashbacku** – klient zaplatí běžnou cenu, ale část peněz dostane zpět. Tím otočil trh, kde “všichni chtějí vidět peníze”, na svou výhodu.
- **Tomáš (finance)** – ukázal ceník svého placeného poradenství. Honza zdůraznil, že tabulka je super základ, ale že bonusy je potřeba **vysvětlovat jazykem klienta**. Neříkej “garance EUCS”, ale “řešíme za vás likvidaci pojistných událostí”. Klient musí chápat, *proč* je to pro něj výhoda.

Pointa: Bonus má smysl jen tehdy, když **řeší konkrétní obavu klienta**. Ne “něco navíc” – ale “řešení konkrétního problému”.

b) Tvoř nabídku, která se prodává sama

Honza opakoval klíčovou věc:

„Když klient vidí, že mu dáváš hodnotu, nemusíš tlačit na prodej.“

Každý účastník si vytvářel svou *variantovou nabídku* – systém, kde si klient může vybrat podle úrovně servisu.

Příklad z hovoru:

Tomáš měl tři balíčky placeného poradenství (např. 0 Kč, 500 Kč, 1000 Kč měsíčně). Honza doporučil, aby **varianta za 0 Kč byla součástí nabídky** – ne jako cíl, ale jako psychologická kotva.

„Varianta zdarma odstraňuje stres. Klient vidí, že do ničeho neriskuje – a paradoxně si častěji vybere placenou variantu.“

Stejné pravidlo platí pro Pavla i Ivana. Nabídka musí působit jako přirozené “členství”, kde klient může začít jednoduše a postupně přejít výš.

c) Garance, které odbourávají strach

Strach brzdí rozhodnutí. Proto jsme řešili, jak ho odstranit garancí – a to férovou, ne marketingovou.

- **Ivan:** “Pokud vám v analýze nenajdu úsporu alespoň 10 000 Kč, vrátím vám dvojnásobek ceny.” Garance obrací riziko – a klient cítí jistotu.
- **Tomáš:** Garance, že pokud nenajde cestu, jak klientovi ušetřit či vydělat peníze, dostane “kafe zdarma” nebo mu zaplatí jeho hodinovou mzdu. Originální způsob, jak zvednout zájem o první schůzku.
- **Pavel:** Garance “lepší nabídky” – klient buď získá víc hodnoty (hardware, bonusy, služby), nebo nic neplatí. Výsledek? Klient slyší “nemůžu prohrát”.

3 Praktické příklady z hovoru

Telekomunikace (Pavel):

- Balíček SIM + Internet + TV = kompletní řešení.
- Bonusy: hardware, AI agent, Alza Plus.
- Cíl: aby klient cítil, že “to má vlastně zadarmo”.
- Prodejní věta: „To, co teď platíte, vám dám s větším pokrytím, AI bonusem a Alzou – a možná vás to vyjde levněji.“

Energetika (Ivan):

- Energetický audit s cashbackem + garance vrácení peněz.
- Využití affiliate partnerů (fotovoltaiky, servisy, elektrikáři) pro zvýšení hodnoty.
- Cíl: postavit nabídku na jistotě a službě “vše na jednom místě”.

Finance (Tomáš):

- Placené poradenství s bonusy: právník, asistent, garance likvidace, aplikace MyPlan.
- Cíl: zviditelnit, *co všechno dělá zdarma*, aby klient viděl, kolik dostává navíc.

4 Co si z dneška odnést

- Neodolatelná nabídka = **hodnota převyšuje cenu**.
- Bonus musí dávat **logiku** a řešit **konkrétní problém**.
- Garance = zbraň proti nerozhodnosti.
- A jednoduchý vstupní bod (např. „za 0 Kč“) odbourává odpor a otevírá dveře.

5 Akční výzva

Sepiš 3 konkrétní **bonusy**, které přidáš ke své nabídce.

Ke každému napiš, **jaký strach nebo námitku** tím odstraňuješ.

Přidej jednu **garanci**, která klientovi jasně ukáže, že *nemůže prohrát*.

Vytvoř si **3 úrovně nabídky** – např. Basic / Standard / VIP (nebo 0 Kč / 500 Kč / 1000 Kč).

Napiš do skupiny:

„Moje nabídka má 3 varianty, 3 bonusy a 1 garanci.“ A ukaž, že tvoje služba začíná působit *neodolatelně*.

PRACOVNÍ SEŠIT – DEN 4 VIP

Téma: Jak zvýšit vnímanou hodnotu pomocí bonusů a garancí

Cíl dne

Cílem dne je naučit se **vytvářet bonusy a garance**, které zvyšují hodnotu tvé nabídky – bez snižování ceny. Zaměříš se na to, **co klient skutečně potřebuje cítit**, aby se rozhodl s jistotou: „Tady nemůžu prohrát.“

Krok 1 – Vypiš své bonusy

Sepiš všechny bonusy, které aktuálně ke své nabídce dáváš. U každého napiš, **jaký konkrétní problém nebo obavu** klienta tím řešíš.

Bonus	Jaký problém/strach tím řešíš?

Krok 2 – Přidej nové bonusy s vysokou hodnotou, ale nízkým nákladem

Zamysli se, jaké další bonusy můžeš přidat, které **mají pro klienta vysokou hodnotu**, ale **tobě nezaberou čas ani peníze**.

Příklady:

- Šablona / checklist / video / PDF

- Mini školení
- Konzultace navíc
- Garance úspěchu nebo návratnosti

Návrh nového bonusu	Proč to má pro klienta hodnotu?

Krok 3 – Vytvoř garanci, která odbourává strach

Tvým cílem je, aby klient cítil jistotu: „Nemůžu prohrát.“

Napiš 1–2 konkrétní garance, které můžeš nabídnout, a přidej k nim jasnou formulaci, jak je odkomunikuješ.

Typ garance	Formulace pro klienta
Garance spokojenosti / výsledku / vrácení peněz	„Pokud do [X dní] neuvidíš [výsledek], vrátím ti peníze.“

Garance úspory / efektivity	„Pokud ti neušetřím alespoň 10 000 Kč, dostaneš to ode mě zpět.“
-----------------------------	--

Tvoje garance:

.....

.....

Krok 4 – Vytvoř 3 varianty své nabídky

Rozděl svou nabídku na **3 úrovně** (např. Basic / Standard / VIP) nebo (0 Kč / 500 Kč / 1000 Kč). Cílem je, aby si klient mohl vybrat, *jak chce spolupracovat* – a ty jsi měl jasně strukturovaný systém.

Varianta	Co obsahuje	Pro koho je ideální
BASIC		
STANDARD		
VIP		

Krok 5 – Shrnutí do jedné věty

.....

.....

Reflexe dne

- Co dnes chápu jinak o bonusu a hodnotě?
- Jak mohu svou nabídku udělat jednodušší a přitom hodnotnější?
- Jakou garanci chci klientům od zítřka nabídnout?

Akční úkol

Vyplň celý pracovní sešit a napiš do Telegram skupiny:

„Moje nabídka má 3 varianty, 3 bonusy a 1 garanci.“

Tím dokončíš čtvrtý krok k vytvoření své **neodolatelné nabídky**.