

Shrnutí 5. dne VIP části výzvy Mistr Nabídek

Téma: Finální úprava neodolatelné nabídky, práce s garancí, cenou a strukturou

Hlavní myšlenka dne

Dnešní den byl o finálním doladění tvojí neodolatelné nabídky – aby nebyla jen „hezká na papíře“, ale aby se *prodávala*. Zaměřili jsme se na to, jak:

- správně nastavit **cenu** a vnímanou **hodnotu** (aby to nepůsobilo podezřele levně),
- přidat **garanci**, která vyvolá důvěru a odbourá odpor,
- a jak použít **nedostatek a urgence**, aby se lidé rozhoupali teď – ne „někdy příště“.

Závěr výzvy byl o *dotažení do reality*:

Mít finální text nabídky, přesně vědět, komu ji prodáváš, za kolik a proč.

A umět ji říct nahlas – jednoduše, srozumitelně, sebevědomě.

Tři klíčové oblasti dne

a) Cena, která odpovídá hodnotě

Nejčastější chyba: prodávat příliš levně.

Levná cena totiž neznamená přitažlivost – často znamená *nedůvěru*.

U Ivana (energetické analýzy) jsme viděli krásný příklad:

- 3 € působilo směšně a budilo podezření.

- 50 € s bonusy, garancí a limitovaným počtem klientů najednou působí profesionálně a důvěryhodně.

Lekce:

Cena musí být v souladu s vnímanou hodnotou.

Když přidáš bonusy, garanci a logiku, můžeš jít klidně 10× výš.

b) Garance, která odstraňuje strach

Lidé nekupují, protože se bojí, že „to nebude fungovat“.mGarance je most, který ten strach překlene. Ale musí být konkrétní – ne „vrátím peníze“, ale *„vrátím ti dvojnásobek, pokud ti nenajdu úsporu 100 € ročně“*.

Tím ukazuješ jistotu, že to, co nabízíš, má reálný dopad.

Lekce:

Garance = důkaz sebevědomí. Čím konkrétnější, tím důvěryhodnější.

c) Nedostatek a urgence

Bez tlaku není rozhodnutí. Ale tlak nemusí být manipulativní – stačí být pravdivý:

„Beru maximálně 15 klientů měsíčně.“

„Prvních 15 má analýzu za 50 €, další už za 100 €.“

To vytváří přirozenou akci.

Lekce:

Urgence funguje, když má logiku.

Klidně postav nabídku jako „teď levně, později draž“ – přesně jako jsme si ukazovali.

Praktické příklady z hovoru

- Ivan: zvýšil cenu analýzy z 3 € na 50 €, přidal garanci, bonusy a limit – jeho nabídka okamžitě působí prémiově.
- Tomáš: místo “pojdme se sejít” → nová nabídka: “pojdme se potkat a pokud ti nevymyslím způsob, jak ušetřit aspoň 1 000 Kč měsíčně, dám ti 1 000 Kč na ruku.”
- Pavel: ukázal, jak může motivovat tým i klienty – pomocí mystery bonusu a napětí („mám pro tebe překvapení, které ti řeknu, až se rozhodneš“).

Co si z dneška odnést

- Cena prodává pocit hodnoty. Neboj se jít výš.
- Garance je tvůj největší spojení v budování důvěry.
- Nedostatek a urgence nejsou manipulace, pokud jsou pravdivé.
- Nabídka, která se prodává, je ta, která dává logiku a emoci zároveň.
- Tvoje jistota = klientova jistota.

Akční výzva

Do dnešní půlnoci:

1. Sepiš finální verzi své nabídky – název, cena, garance, bonusy, limit, termín.
2. Řekni ji nahlas – tak, jak bys ji říkal klientovi.
3. Nahraj krátké 2min video, kde svou nabídku představíš – bez čtení, z hlavy.
4. Pošli video do VIP skupiny.

PRACOVNÍ SEŠIT – DEN 5 VIP

Téma: Finální tvorba nabídky, garance a práce s cenou

Cíl dne

Dotáhnout svou nabídku tak, aby byla pro klienta jasná, atraktivní a důvěryhodná. Na konci dne musíš mít finální znění své nabídky, které můžeš okamžitě použít v marketingu, hovoru nebo na webu.

Krok 1 – Cena

1. Jaká je aktuální cena tvého produktu/služby?
2. Jaká je její skutečná hodnota pro klienta (v čem mu šetří čas, peníze nebo stres)?
3. Kdyby sis měl říct férovou cenu podle přínosu, kolik by to bylo?
4. Co uděláš, aby nová cena působila jako „no-brainer“ (bonusy, garance, limit, kontext)?

Krok 2 – Garance

1. Jakou největší obavu má tvůj klient před nákupem?
2. Jak ji můžeš neutralizovat pomocí garance?
3. Napiš svou konkrétní garanci (např. „Vrátím ti dvojnásobek, pokud...“).

4. Jak tu garanci prezentuješ, aby působila sebevědomě, ne omluvně?

Krok 3 – Urgence a nedostatek

1. Jaký logický důvod má klient, aby se rozhodl *ted'*?
2. Jak můžeš vytvořit limit (čas, počet, zvýšení ceny)?
3. Sepiš přesnou formulaci, kterou použiješ („beru jen 15 lidí měsíčně“, „platí do neděle“).

Krok 4 – Bonusy a přidaná hodnota

1. Jaké 2–3 bonusy přidáš, které doplní hlavní produkt?
2. Jakou mají skutečnou hodnotu pro klienta?
3. Jak tyto bonusy pomáhají zvýšit vnímanou hodnotu celé nabídky?

Krok 5 – Finální znění nabídky

Sepiš kompletní text své nabídky ve formátu:

„Získej [název produktu/služby] za [cena], včetně [bonusů] v hodnotě [celková hodnota]. Pokud [nepřinese výsledek], vrátím ti [garance]. Nabídka platí pouze pro [limitovaný počet/čas].“

Reflexe dne

- Jak se změnil tvůj pohled na cenu po dnešku?
- Co ti dává největší jistotu, že tvoje nabídka bude fungovat?
- Kde potřebuješ ještě podporu nebo zpětnou vazbu?

Akční úkol

Nahraj video, kde představíš svou finální nabídku nahlas. Cílem není dokonalost, ale autenticita a jistota v hlase. Sdílej video do VIP skupiny – získej zpětnou vazbu a inspiraci od ostatních.