

Shrnutí 1. dne VIP části výzvy Mistr Nabídek

Dnešek byl hlavně o seznámení, nastavení očekávání a rozjezdu celé výzvy. Cílem tohoto týdne je, aby každý z vás na konci měl **neodolatelnou nabídku**, která prodává – nebo minimálně vylepšenou verzi té, kterou už máte.

1. Cíl VIP skupiny

Tvoje výhoda jako VIP účastníka je jasná – máš přístup k osobní podpoře a můžeš se mě kdykoliv zeptat na konkrétní věci, které ti brání poskládat tvoji nabídku.

VIP setkání slouží k tomu, abys:

- měl všechno připravené **ještě před hlavním vysíláním**,
- dostal přímou zpětnou vazbu,
- a vytvořil si funkční, konkrétní a atraktivní nabídku.

2. Hlavní myšlenka dne

Nejde o to měnit tvůj produkt. Jde o to, jak ho komunikuješ. Většina lidí má dobré služby, ale prodává je „všeobecně“ – a tím pádem mizí v moři ostatních.

Tohle celý týden ladíme: **Jak přesně popsat, komu pomáháš, s čím mu pomáháš a proč to má chtít právě od tebe.**

3. Tři klíčové části, které jsme dnes otevřeli

a) Kdo je tvůj ideální klient (avatar)

Musíš přesně vědět, komu mluvíš. Ne „všem“, ale **jednomu konkrétnímu typu člověka**. Když mluvíš ke všem, neslyší tě nikdo. Když mluvíš k jednomu, slyší tě všichni, kdo se v tom poznají.

Ukázali jsme si to na příkladech:

- Tomáš (finanční poradce) → musí přesně určit, kdo je „bohatý člověk“
- Ivan (energetika) → zaměřuje se na majitele družstev a farmáře
- Pavel (telekomunikace) → pracuje s malými a středními firmami

Čím užší publikum, tím **snazší prodej**.

b) Jaký problém klientovi řešíš

Lidi nekupují produkt, ale **řešení svého problému**.

Tvůj klient se musí v nabídce okamžitě poznat.

Nestačí říct: „*Pomáhám firmám ušetřit peníze.*“

Je třeba říct **konkrétně**:

„Pomáhám malým firmám, které platí zbytečně moc za energie, ušetřit 20–30 % ročně, aniž by musely měnit dodavatele.“

Cílem je, aby klient slyšel a řekl si: „Jo! To jsem já. To chci.“

c) Jaký výsledek mu přinášíš

Zákazník se musí umět představit v budoucnosti, **po spolupráci s tebou**.

Musí vidět konkrétní výsledek:

- Kolik času ušetří,
- Kolik vydělá nebo ušetří,
- Jak se mu zjednoduší život,

- Co přesně bude mít jinak.

Tady přichází na řadu **reference, čísla a příběhy** – důkaz, že to funguje.

4. Praktické úkoly na zítra

1. Urči si svého ideálního klienta (avata):

- Kdo to je (věk, profese, životní situace)?
- Co nejvíc řeší?
- Co ho štve a čeho se bojí?
- Co si přeje a po čem touží?
- Jak mluví o svém problému?

2. Sepiš, jaký problém mu pomáháš vyřešit.

- Ne co děláš, ale **co mu to přinese**.
- Používej jazyk výsledků, ne funkcí.

3. Připrav si 2–3 konkrétní příklady (reference), kde jsi klientovi reálně pomohl.

- Ideálně čísla, fakta, výsledky.
- Např.: „Klient ušetřil 25 % nákladů během 3 měsíců.“ nebo „Zvýšil příjem o 40 %.“

5. Co si z dneška odnést

Tvoje nabídka nemusí být úplně nová. Stačí, když ji **dokážeš popsat tak, že v ní klient uslyší sám sebe**. To je moment, kdy se z průměrné nabídky stává **neodolatelná nabídka**.

6. Akční výzva

Zapiš si odpovědi na otázky o svém avatarovi, problému a výsledku, které chceš komunikovat. Napiš je do Telegram skupiny – ať tě ostatní podpoří, dají zpětnou vazbu a můžeš to společně s námi doladit.

PRACOVNÍ SEŠIT – DEN 1

Téma: Kdo je tvůj ideální klient a jaký problém mu řešíš

1. Cíl dne

Cílem dneška je jasně pojmenovat, **komu pomáháš, s čím mu pomáháš a jaký výsledek díky tobě získá**. Protože dokud tohle nemáš jasné ty, **nebude to jasné ani klientovi**.

2. Krok 1 – Kdo je tvůj ideální klient (AVATAR)

Představ si jednoho konkrétního člověka, který by si řekl:

„Tohle je přesně pro mě.“

Odpověz si na otázky:

- Jak se jmenuje (vymysli mu jméno)?

.....

- Kolik mu je let?

.....

- Co dělá za práci / podnikání?

.....

- Jak vypadá jeho běžný den?

.....

- Co ho nejvíc frustruje nebo štve?

.....

- Z čeho má strach nebo obavy?

.....

- Po čem nejvíc touží?

.....

- Jak mluví o svém problému? (zkus napsat jeho slova)

.....

3. Krok 2 – Jaký problém mu pomáháš vyřešit

Lidé nekupují tvůj produkt. Kupují **řešení svého problému**.

Doplň si:

- Jaký největší problém má můj klient?

.....

- Co mu ten problém způsobuje (v práci, v životě, v emocích)?

.....

- Co se stane, když ten problém nevyřeší?

.....

- Jak přesně mu s tím pomáhám já?

.....

- Jaký konkrétní výsledek ode mě může očekávat?

.....

4. Krok 3 – Jak vypadá výsledek spolupráce

Pomoz svému klientovi představit si budoucnost.

Odpověz konkrétně:

- Jak se bude cítit po spolupráci se mnou?

.....

- Co se v jeho životě změní?

.....

- Jaké konkrétní výsledky mu pomůžu dosáhnout (čísla, čas, úspory, klid, jistota...)?

.....

5. Krok 4 – Důkaz

Lidé věří důkazům.

Sepiš aspoň tři konkrétní příklady nebo reference, které tvou práci potvrzují:

1)

2)

3)

Můžeš použít čísla, výsledky nebo konkrétní příběhy klientů.

6. Krok 5 – Shrnutí do jedné věty

Ted' to celé spoj do **jedné krátké věty**, která shrne tvoji nabídku.

Měla by odpovědět na otázku:

„Komu pomáháš, s čím mu pomáháš a jaký výsledek díky tobě získá?“

Například:

“Pomáhám malým firmám, které platí zbytečně moc za energie, ušetřit 20–30 % ročně, aniž by musely měnit dodavatele.”

Tvoje verze:

.....

7. Reflexe dne

- Co mi dnes došlo?

.....

- Na co jsem si uvědomil, že se musím zaměřit?

.....

- Co udělám jako první krok hned po této lekci?

.....

8. Akční úkol

Vyplň tento sešit a **nahraj své odpovědi nebo shrnutí do Telegram skupiny**.

My i ostatní VIP členové ti dáme zpětnou vazbu a pomůžeme to doladit, aby tvoje nabídka byla **neodolatelná**.
