

SYSTEM

7 konkrétnych krokov, ako zvyšovať predaje...

ale úplne inak ako konkurencia

[>>> KLIKNI SEM A KÚP SI CELÚ KNIŽKU <<<](#)

Dobrý deň, chcem sa vám v prvom rade veľmi pekne poďakovať...

Ďakujem vám, že ste sa rozhodli vyskúšať túto knižku a prečítať si aspoň prvú kapitolu. Gratulujem vám, urobili ste správne rozhodnutie. Týmto ste sa odlíšili od 99% ľudí, ktorí len hundrú pri pive, ale nikdy neurobia nič pre to, aby sa mali lepšie.

Bez ľudí, ako ste vy, by to nemalo zmysel. Ďakujem vám!

Verím, že to čo si prečítate v tejto vzorke bude pre vás prospešné a rozhodnete sa investovať do celej knižky a vďaka tomu posuniete váš biznis, vaše podnikanie a celý váš život ešte o krok bližšie k vašim cieľom – nech sú akékoľvek.

Pre koho je táto kniha?

Táto kniha je pre vás, ak chcete spoznať 7 konkrétnych krokov, ako zvýšiť predaje...ale inak ako konkurencia. Táto kniha je pre vás, ak chcete zarábať ešte viac a nezodrať sa pri tom.

Táto kniha je pre vás, ak nechcete robiť nič, čo by bolo proti vašej vôli. Ak nechcete vytvárať tlak na ľudí, manipulovať nimi a podobne.

Neviem, ako to máte vy, ale ja doslova nenávidím manipulatívny predaj a ľuďom, ktorí robia špinavosti by som najradšej ruky nohy dolámal.

Ešte pred tým ako začneme...

[>>> KLIKNI SEM A KÚP SI CELÚ KNIŽKU <<<](#)

Dovoľte mi otázku:

Koľko kníh o podnikaní ste čítali?

A boli všetky z nich skvelé ?

Stalo sa vám niekedy, že ste čítali knihu a už po pár stranách ste si povedali:

„Ty kokos, toto je najväčšia strata času... Prečo čítam tieto sračky?! “

Všetko, čo ste sa v tej knihe dozvedeli, bol len kopec zbytočných omáčok, zmes motivačných žvástov a honenia si ega autora nad tým, aký je super – aký je „majster sveta“... 😞

Prečo je pre vás dôležité, čo sa dozviete v tejto knihe?

Štatistický úrad SR hovorí, že behom 5 rokov zanikne na Slovensku 95 % firiem. A drvivá väčšina zo zvyšku ledva zarobí na náklady, prípadne na živobytie.

Kvôli tomu majitelia nemajú možnosť rozvíjať sa a z vlastného podnikania si vytvoria „väzenie“ z ktorého sa nemôžu vyhodiť. Nemôžu si dať priepustku...

Predaje neustále klesajú... Staré predajné techniky nefungujú tak dobre ako kedysi. Chcete príklad?

Niektorí ľudia z MLM (multilevel marketingu) ponúkajú „obrovskú príležitosť“, ale „musia“ sa kvôli tomu s vami stretnúť. Na toto im už takmer nikto nenaletí a *bez zadania konkrétneho dôvodu* na takéto stretnutie nepríde..

Povedzme si to na rovinu.

Je stále ťažšie a ťažšie predávať, lebo zákazníci sú zo dňa na deň múdrejší a náročnejší.

V nejednej oblasti konkurencia podkopáva nohy nízkymi cenami.

Neviem ako to dokážu.

Ako je možné, že iní majú problém „prežiť“ a oni ešte dokážu stlačiť cenu dole? Niekedy možno len na náklady, niekedy možno ešte nižšie, len preto aby získali klienta...

???

O čom táto kniha nie je?

Pred tým, ako si povieme o čom táto kniha je, si povedzme, o čom táto kniha nie je.

- ***Nie je o tom ako nič nerobiť a zarobiť.***

Verím, že veci zadarmo (a obed zadarmo) neexistujú. Vždy musíte niečo urobiť, musíte klientovi alebo zákazníkovi dať hodnotu za to, aby bol ochotný vám odovzdať svoje ťažko zarobené peniaze.

- **Nie je ani o tom, ako klamať klientov, tlačiť na nich a manipulovať nimi.**

Toto sa mi hnuší a je mi to odporné. Nemám to rád a verím, že ani vy to nemáte radi. Myslím si, že väčšina normálnych ľudí sa štíti klamstva a manipulácie, je im to až nepríjemné.

- **Nie je to ani kopec teórie bez použiteľných vecí.**

Nemám rád knihy, kde sú len žvásty, ktoré neviem použiť v praxi. Ani také, keď sa autor len niekde niečo dopyčul alebo dočítal, ale nevyskúšal to v praxi a prezentuje to ako overený fakt.

- **Nie sú to ani suché návody, ktoré si neviete predstaviť v praxi.**

Zistil som, že mám najradšej knihy, niečo medzi tým. Páči sa mi, keď autor povie príbeh, aby som na ňom pochopil podstatu. A potom mi konkrétne vysvetlí, ako to funguje, aby som to vedel zopakovať aj v mojom podnikaní.

Kto som a prečo by ste ma mali vôbec počúvať?

[>>> KLIKNI SEM A KÚP SI CELÚ KNIŽKU <<<](#)

Možno si kladiete otázku:

„Kto som a ako sa vôbec opovažujem radiť vám?“

Volám sa Peťo Čelko a dnes pomáham podnikateľom posúvať ich biznisy na iný level, no nebolo tomu tak vždy.



Pár mesiacov po skončení vysokej školy som sa „zamestnal“ ako živnostník v jednej stavebnej firme vo Zvolene a mal som mať na starosti marketing a predaj.

Zvláštne bolo, že keď bolo vedenie na firme, tak sme poradovali, robili kopec zbytočných vecí a k predaju som sa prakticky ani nedostal. Keď na firme neboli, tak všetci makali o sto šesť.

Šéf si neraz vymyslel „hlúposti“, ktoré podľa mňa proste nepredávajú domy...

Chcete konkrétny príklad?

Prefarboval som logo jednej súťaže, pixel po pixli, lebo jemu sa nepáčila jeho farba. Dá sa povedať, že som bol najlepšie platený prefarbovač loga na Slovensku, lebo nikto iný nie je ochotný platiť za takú hlúposť. No po štyroch mesiacoch som sa rozhodol, že skončím ...

[>>> KLIKNI SEM A KÚP SI CELÚ KNIŽKU <<<](#)

Pamätám si ten pocit, keď som posledný krát odchádzal z práce, celý natešený a spieval si pesničku od Rytmusa: Chodte do pi*e matere! 😊

Ale vtedy som si ešte neuvedomoval, že som marketér a získavanie klientov nie je len tak, že mi pečené holuby nebudú samé padať do huby...

Časom som sa dostal do vážnych problémov. Žil som z úspor, ktoré som mal, lenže tie sa jedného dňa minuli...

Býval som v tom čase na intráku (aj keď som už bol po škole). Každý mesiac sme boli na konci na nule (v tom lepšom prípade).

Až som sa jedného dňa dostal do bodu, keď som nemal na karte dost' financií, aby som kúpil lieky pre moju manželku Lenku, ktorú som medzitým spoznal a zobrali sme sa...

Bolo mi do plaču.

V tom čase som narazil na knihu Bohatý táta, chudobný táta od Roberta Kiyosakiho a začal som postupne meniť moje rozmýšľanie. Objavil som Franka Kerna a direct response marketing. Vďaka Kernovi som narazil aj Jaya Abrahama a Garyho Halberta - títo sú, snád' okrem Franka Kerna, pomerne neznámi na Slovensku, ale vo svete sú to obrovské a uznávané kapacity.

Zaviazal som sa, že budem podnikat' najlepšie ako sa len dá a že to nikdy nevzdám. Podarilo sa nám s manželkou Lenkou celkom slušne

[>>> KLIKNI SEM A KÚP SI CELÚ KNIŽKU <<<](#)

zarobiť

Veľa sme si odkladali podľa systému piatich džbánov od Andyho Winsona.

Andy bol môj prvý väčší klient a bol som súčasťou jeho najväčšej kampane v Česko-Slovensku - Makáč vs Boháč, ktorá mala obrat 210 578 eur. Samozrejme, že tam som bol len malou súčasťou veľkého tímu. Bol som zodpovedný za Facebook.

Porozdeľoval som si peniaze na podúčty, ale robil som Facebook a to ma časom úplne prestalo baviť. Facebook je len polovičná časť úspešného predaja.

Vďaka Facebooku viete dosiahnuť návštevnosť na weby, ale samotný Facebook veľmi ťažko predáva.

A tak som „vyhodil“ všetkých klientov a prestal som pracovať. V podstate som si dal skoro ročnú dovolenku. Žili sme len z úspor, lenže tie som všetky minul. Rozflákal.

Zistil som, že nemám žiadne peniaze a potreboval som platiť relatívne vysokú daň a na dane som si neodkladal – Teraz viem, že to bol s veľmi hlúpy ťah!

Znova som sa zamestnal, na ďalšie štyri mesiace. A časť mi požičala moja mama – za čo som jej veľmi vďačný. V práci ma naháňali, bolo to presne to, čo som nechcel robiť a proti čomu stojím.

[>>> KLIKNI SEM A KÚP SI CELÚ KNIŽKU <<<](#)

Dal som výpoveď a znova som oživil svoje podnikanie, lebo popri práci som nestíhal podnikat', strašne ma to unavovalo.

A dnes môžem podnikat' z ktoréhokoľvek miesta na Zemi. Klienti sa mi ozývajú sami. Robím len s tým, s kým chcem.

Na prácu mi stačí laptop, internet, moja šikovná hlava a občas dáke „špeciálne“ veci ako pero, papier a kalkulačka.

Samozrejme, narobím sa veľa, ale pomerne slušne si zarobím.

Keď som si pripravoval túto knihu, tak som na Facebooku položil otázku za „milión“ eur...

Dostal som kopec odpovedí od mojich kamarátov, za čo im veľmi pekne ďakujem.

Je to otázka, ktorú som sa naučil od Garyho Halberta:

„Keby si vlastnil stánok s hamburgermi, akú jedinú výhodu by si chcel oproti konkurencii, aby si zarobil ďaleko najviac?“

Skúste sa zamyslieť nad touto otázkou...

Aká je vaša odpoveď?

Najčastejšie odpovede na mojom Facebooku boli:

- **prominentné miesto** - kadiaľ prejde 10x viac ľudí než okolo konkurenčnému stánku.
- **najlepšie mäso** - toto je veľmi dobrá odpoveď, žiadny marketing ťa nezachráni, pokiaľ tvoj produkt stojí za hovno.
- **najnižšie ceny** - čo je veľmi zlé lebo keď máš nízke ceny, ľudia si viacej dovoľujú a sú menej ochotní robiť to, čo im povieš.

Je to ako keby som vám povedal: mám to najlepšie auto na svete a stojí iba 10 000 dolárov. Nerozmýšľali by ste nad tým, či v tom nie je nejaký podvod? Naša myseľ priraduje automaticky k vyšším cenám vyššiu kvalitu. Nevieť prečo to tak je, ale u mňa to tak funguje.

- **najlepšieho kuchára** - čo je tiež čiastočná pravda, lebo najlepší kuchár a najlepšie mäso bude mať najlepší výrobok – produkt
- **najkrajšiu čašničku** - toto zasa súvisí s predajom. Keď som ešte ako stredoškolač brigádoval pre nemenovanú cestovku, tak sme hľadali ľudí v supermarkete, ktorí nám vyplnia dotazníky. Odmenou

za to im bude možnosť vyhrať pobyt v hoteli Permon.

Moja vtedajšia priateľka mala za pár hodín oveľa viac vyplnených dotazníkov ako ja za pár dní. Verím, že to bolo preto lebo dobre vyzerala... 😊

- **daňové alebo odvodové prázdniny, alebo kliniku, kde liečia obéznych.**

A tu nám už pomaly prihorieva, ani jedna z tých odpovedí nie je správna...

Správna odpoveď je hladný dav, dav ľudí, ktorí sú hladní...

Prečo hladný dav?

- **Pretože títo ľudia sú ochotní zaplatiť aj vyššie ceny**

Keď ste na dovolenke, tak nepozeráte na to, že v zahraničí sú drahšie reštiky. Proste keď ste hladní, tak idete do prvej peknej reštaurácie a zjete aj tú predraženú pizzu alebo špagety.

- **Nezáleží im až tak na kvalite produktu.**

Keď som hladný, tak som v strese, som nervózny a kludne si objednam aj tú pizzu alebo hamburger, nemusí to byť niečo nóbl a a zdravé.

- **Sú ochotní za vami prísť, ak je hlad dosť veľký.**

Keď som hladný, tak si tú pizzu buď objednám, alebo ak nerobia donášku, tak vyjdem von a idem do ďalšej najbližšej reštaurácie lebo sa mi nechce variť.

Chcete príklad na hladný dav ?

Podľa výskumu, ktorý robila firma National Floral Marketing Institute, muži do 35 rokov minú v priemerne 30 dolárov na kvety, na Valentína. Na rozdiel od nich, muži vo veku 45-60 rokov minú o 350% viac.

Čo to znamená?

Za tie isté kvety zaplatia približne 90 dolárov. Prečo? Môžu si to dovoliť, viac si vážia svoje polovičky a sú ochotní tieto peniaze investovať do svojich manželiek a mileniiek.

Čo to znamená?

Znamená to, že zacielením na správnych ľudí môžu kvetinárstva okamžite touto jedinou zmenou zvýšiť svoje zisky až o 350%.

No nie je to fantastické? Ako by sa vám páčilo, keby ste mohli zvýšiť zisky o 350% len tým, že zacielite na hladný dav? Asi by sa vám to páčilo, že? No mne teda určite.

Možno si kladiete otázku:

„Ako takéhoto človeka nájsť? Kde nájdem môj hladný dav?“

Mám tu pre vás špeciálne cvičenie a postup je nasledovný.

CVIČENIE 1: AKO NÁJSŤ VÁŠ HLADNÝ DAV?

1. Zhromaždite si všetky faktúry, ktoré ste vystavili za posledné obdobie

Napríklad za posledný mesiac, pol roka, rok, neviem koľko máte faktúr, dajte si ich na jednu kôpu.

2. Usporiadajte tieto faktúry od najväčšej sumy po najnižšiu

Faktúru s najvyššou sumou dajte navrch. Pod ňu tú s druhou najvyššou sumou. A tak ďalej a tak ďalej. Faktúra s najnižšou sumou bude na spodku kôpky.

3. Zoberte vrchných 20% faktúr

Ak ich je 100, zoberte prvých 20 faktúr. Toto sú ľudia, ktorí vám platia najviac.

Väčšinou platí pravidlo 80/20, že týchto 20% ľudí zaplatilo 80% príjmov, a bolo s nimi pravdepodobne najmenej práce a problémov.

Často sa mi stáva, že ľudia, ktorí najmenej platia sa najviac sťažujú a tí, čo platia najviac sú najspokojnejší klienti, lebo vidia hodnotu v tom, čo pre nich robím.

Keď som predával e-book za jedno euro, tak si ľudia tento e-book menej vážili, ako teraz, keď stojí 28 eur - dvíhol som jeho cenu 28 násobne.

3. Skúste ich nájsť na internete

Vygooglite ich podľa mena alebo si ich vyhľadajte na Facebooku alebo na Google plus.

4. A spravte si o nich štatistiku

Hľadajte medzi nimi podrobnosti:

- vek,
- pohlavie,

[>>> KLIKNI SEM A KÚP SI CELÚ KNIŽKU <<<](#)

- povolanie,
- rodina,
- deti...

Ja som si toto cvičenie urobil a odporúčam ho aj vám...

Prečo ?

Lebo je obrovský rozdiel medzi dvomi vecami. Je rozdiel medzi kupujúcimi a fanúšikmi na Facebooku.

A je obrovský rozdiel medzi tým, čo si myslíme a aká je ozajstná realita.

Myslel som si, že moje kurzy o Facebooku kupujú mladí ľudia vo veku 20-25 rokov, skôr chlapi.

Urobil som si cvičenie a zistil som, že sú to ľudia 30-35 roční, s rodinou, deťmi a medzi nimi dominovali realitní makléri a výživové poradkyne.

Čo som urobil ?

Upravil som svoju predajnú stránku, dal som tam referencie práve od realitňákov a výživových poradkýň. Ľudia sa s tým vedeli lepšie stotožniť,

začal som cieľiť reklamu na Facebooku na „starších“ ľudí a moje predaje stúpili a náklady na získanie klientov klesli.

Takže odporúčam aj vám, aby ste si urobili toto cvičenie.

Mám pre vás ešte jeden netradičný príklad...

Americká spoločnosť vybavovala svadby Američanom s exotickými ženami. Vyhľadávali po celom svete Thajky, Rusky a vybavovali im svadbu s Američanmi, aby mali občianstvo, aby bolo všetko legálne.

Pre bežného Američana je veľmi zložitá všetko legálne vybaviť. Oni mali ľudí, ktorí ovládali všetky právne a spoločenské náležitosti.

Majiteľ si myslel, že jeho klientmi sú prevažne bankári, právnici, obchodníci a vo všeobecnosti ľudia, ktorí majú nadštandardné príjmy.

Ale keď si urobil toto cvičenie a prešiel si štatistikou, ostal prekvapený.

Najčastejšie jeho klientmi boli kamionisti - dvakrát rozvedení. Je logické, že títo ľudia majú radi ženy, keďže sú stále na cestách a pravdepodobne nemajú veľa príležitostí stretávať sa s nimi.

Neviem ako sú na tom s peniazmi v Amerike, ale som si takmer istý, že majú problém oslovovať cudzie ženy.

Majiteľ zmenil cielenie, dával reklamy do magazínov pre kamionistov. Vyvesil reklamu na benzínky a odpočívadlá, kde musia kamionisti stáť.

Hlavne kvôli tomu, že našiel svoj hladný dav dokázal zvýšiť svoje ceny na desaťnásobok.

No nie je to fantastické, nechceli by ste aj vy vďaka tomu, že zacielite na hladný dav, zvýšiť vaše ceny na desaťnásobok? Myslím si, že by to bolo super. Prvým krokom k vyšším predajom je teda nájsť hladný dav.

Podme teda ďalej, keď už viete nájsť váš hladný dav, tak potrebujete človeka z hladného davu upútať, zamávať na neho, nech príde k vám...

Ako môžete človeka z hladného davu pritiahnúť k sebe?

Jeden z najlepších a najjednoduchších spôsobov je... (to sa dozviete, keď investujete do zvyšku tejto knihy)

[**>>> KLIKNITE SEM A ZÍSKAJTE ZVYŠOK KNIHY <<<**](#)

[**ODHALTE ZVYŠNÝCH 6 KROKOV K VYŠŠÍM PREDAJOM!**](#)

[>>> KLIKNI SEM A KÚP SI CELÚ KNIŽKU <<<](#)