



STRATÉGIA

AKO ZÍSKAVAŤ HOVORY A STRETNUTIA S KLIENTAMI Z INTERNETU

bez toho, aby ste museli
telefonovať
na studené kontakty

PETER ČELKO

WWW.NAMAXIMUM.EU

Krásny deň priatelia.

Gratulujem vám k vášmu rozhodnutiu investovať do tejto knižky. **Verím, že ste sa rozhodli správne!**

Rozhodli ste sa správne, ak...

... vás už nebaví neustále vyvolávanie na studené kontakty a dohadovanie si stretnutí s ľuďmi, ktorí o vás pravdepodobne nič nevedia, možno o vás nikdy nepočuli, nemajú vás radi a možno vám aj tak trochu nedôverujú.

Rozhodli ste sa správne, ak **vás nebaví počúvať v telefóne nie, nemám záujem** alebo ak sú na vás dokonca ľudia hrubí, nepríjemní až zlí.

Rozhodli ste sa správne, ak **chcete zažiť obrovský nárast vášho podnikania a využiť na to silu internetu a sociálnych sietí.**

Rozhodli ste sa správne, ak ste ochotní makať na vašom podnikaní a chcete zvyšovať vaše predaje bez nátlaku a manipulácie 😊

V tom prípade je táto kniha práve pre vás. Prosím, pripravte si teplý nápoj, pohodlne sa usadíte a pokračujte v čítaní. Verím, že si túto knihu stihnete prečítať za pár hodín.

**Ešte pred tým, ako začneme
DOVOĽTE MI MALÚ OTÁZKU:**

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

„Zaujímali ste sa už niekedy o to, ako pravidelne získavať ešte viac klientov z internetu, ako získavate doteraz?“

Boli ste už niekedy na webinári na túto tému?

Alebo ste si kúpili seminár, tréning, online kurz, knihu alebo ebook?

A boli všetky z nich skvelé?

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

„Ty vole, prečo to vôbec robím? Prečo čítam tieto sračky? Ved' to je len jedna veľká strata času! 😞“

Nič ste sa v danej knihe nedozvedeli.

Len ste si prečítali kopec motivačných žvástov a príbeh o tom, ako autor knihy „rýchlo a ľahko“ zbohatol.

Aký je on „majster svetla“ a koľko stoviek až tisícov eur mu musíte zaplatiť za to, aby vám dal návod, ako na to. Veľmi dobre to poznám, sám som si tým prešiel. A knihy a produkty tohto typu nenávidím. Som na ne doslova alergický.

A to ma vedie k tomu, aby som vám dal odpoveď na túto otázku:

**Prečo si musíte
prečítať túto knihu práve teraz?**

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Nedávno som robil prieskum medzi kontaktmi v mojej databáze a priateľmi na Facebooku.

A zistil som nasledujúce (pre mňa do istej miery šokujúce) výsledky.

Ľudia chcú priemerne zarábať z webu mesačne – 2674€ (keď som dal preč extrémny v štýle 150 000 – milión eur mesačne)

Je na vás posúdiť, či je to podľa vás veľa alebo málo.

Čo ma však prekvapilo bolo, že len 15,5% opýtaných zarába priemerne viac ako 1000 eur mesačne z webu.

To znamená, že až 84,5% všetkých opýtaných zarába vďaka webu menej ako 1000 eur mesačne.

A z toho 84,4% menej ako 500€ – čo je pravdepodobne, v čistom, menej ako minimálna mzda. Neviem, nevyznám sa, lebo túto štatistiku nesledujem už dlhé roky a to od momentu, kedy som začal podnikáť.

Druhá vec, ktorá ma šokovala ešte viac bola, že:

Len 21,4% opýtaných investuje do reklamy viac ako 500€ ročne. Čo je o chlp viac ako 40 EUR mesačne. Čo je zanedbateľná čiastka, keď ju vezmete ako investíciu do vášho podnikania. 1,33€ denne?!

O to menej prekvapivým údajom bolo, že 20,2% sa investícia do reklamy vrátila niekoľkonásobne.

Prečo?

Všimnite si, že toto číslo sa takmer na vlas zhoduje s počtom ľudí, ktorí investujú do reklamy viac ako 500 eur ročne (21,4% investuje viac ako 500€ ročne a 20,2% sa investícia do reklamy vrátila mnohonásobne).

Čo to znamená?

Dá sa z toho odvodiť záver, že:

Ľudia, ktorým web zarába viac ako 1000 eur mesačne investujú do reklamy a vedia, ako dosiahnuť, aby sa im investícia do reklamy vrátila niekoľkonásobne.

Ešte pred tým, ako vám ukážem, ako na to si musíme pár vecí vyjasniť. Hlavné je, aby ste pochopili...

O čom táto kniha rozhodne NIE JE!

Táto kniha nie je o tom, ako vybudovať veľkú fanpage a potom na nej zarobiť.

Ani Dušan Šulov, [špecialista na investovanie](#), ktorého stratégiu a skvelé výsledky vám v tejto knihe predstavím nemal (a doteraz ani nemá) veľa lajkov.

Práve naopak.

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Dušan je skvelý v tom, ako dokáže premieňať reklamu na stretnutia s klientami. Keď som ho naposledy konzultoval, tak mi prezradil, že mu **web za posledných 5 mesiacov vygeneroval 90 konzultácií.**

WOW!

A to má jeho fanpage „špecialista na investovanie“ **v momente písania tejto knihy len 617 lajkov.** A v čase prípadovej štúdie, ktorú vám ukážem mala asi tak polovicu. Ak nie menej.

Nie je to ani o tom, ako minúť milióny eur do reklamy a čakať na výsledok.

Ukážem vám spôsob, ako som zarobil na reklame ešte skôr, ako sa vôbec dostali ľudia na konzultáciu so mnou.

Táto stratégia nielenže spôsobila, že som mohol investovať stále viac a viac do reklamy, ale chodili mi na moje konzultácie aj oveľa lepšie pripravení ľudia, ktorí mali pocit, že ma poznajú a chceli moju pomoc.

Nie je to ani o tom, ako vybudovať zložité funnely, kde je zapojená automatizácia, že by sa za ňu ani v NASA nemuseli hanbiť.

Ak ste si to ešte náhodou nevšimli, tak sa vám musím s niečím priznať.

Aj keď ma online marketing a predaj živí už od roku 2015, tak sám som úplne netechnický typ.

Tu je konkrétny príklad:

Raz, keď si ma Martin Mažár, pozval ako hosťa na webinár, tak som sa musel počas vysielania odhlásiť a prihlásiť, lebo som nevedel, ako sa dá zastaviť zdieľanie obrazovky.

Používam úplne jednoduché stránky, maily a podobne, o ktorých som presvedčený, že by ich zvládla vytvoriť aj moja mama (a možno aj tvoja).

A to si moja mama ešte donedávna pýtala pomoc s nahrávaním seriálu na video a podobne. Aj keď už bývam viac ako desaťročie mimo môjho rodiska (a video je riadny archaizmus, z doby kamennej) :-D

Nie je to ani o neustálom tvorení stále nového a nového obsahu.

Ukážem vám príklad manželom Šúchalovcov, ktorí mali neskutočnú návratnosť investície do reklamy.

70 ku 1.

Áno, za každé jedno euro, ktoré vložili do reklamy sa im vrátilo 70€ čistého zisku.

A na propagáciu svojho podnikania v tom čase nepoužili ani jeden jediný článok, ani jedno jediné video. Len reklamu a predajnú stránku.

Avšak...

MUSÍM VÁS VAROVAŤ!

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

V tejto knihe vám ukážem niektoré úžasné výsledky, ktoré som dosiahol ja alebo niektorí z moji skvelých klientov (viď príklad manželov Šúchalovcov z predchádzajúcej strany).

Ale, nebudem ako niektorí iní ľudia, ktorí vám povedia:

„Dokážete to aj vy. Len tak, s prstom v nose, za 5 minút a dokonca nebudete musieť ani vyliezť z postele“

(OK, to posledné je možno pravda – ak zvládnete robiť hovory po ležiačky a predávať na nich 😊)

Pravdou je, že neviem, či to dokážete.

Ukážem vám pár čísiel, na ktoré som hrdý. A chcem vám ukázať, ako skvele to fungovalo mne a mojim klientom.

Rozhodne vám nesľubujem konkrétne výsledky. Nie som žiadna vedma. Pravdepodobne nepoznám vás, ani vaše podnikanie.

Pozrite, nebudem vám tvrdiť, že na tom nebudete musieť zamakať. Nebudem vám tvrdiť, že zbohatnete za noc.

Ukážem vám, ako som to urobil ja, ale pravdepodobne vás nepoznám. Nebudem urážať vašu inteligenciu a tvrdiť vám, že to určite dokážete.

A aj keby som vám poznal, tak vám nemôžem nič sľúbiť...Každému to funguje nejak inak... Ešte stále som vás neodradil?

Výborne, tak poďme ďalej:

Toto rozhodne NIE JE pre ľudí, ktorí...

...chcú „nic nedelať a vydelat!“

Nie, nenaučím vás spôsob, ako predat' hovno v pozlátke a tváriť sa, že je to zlato. Proste nemám návod na všetko. Nie som žiadny guru.

Sám by som taký návod chcel, ako nič nerobiť a zarobiť (nie podvádzať!), ale viem, že **taký návod proste neexistuje.**

Musíte mať kvalitnú službu a byť špička v tom čo robíte a musí vám záležať na dobre vašich klientov. Rozhodne to nie je pre ľudí, ktorí...

...sú falošní experti.

Len sa tvária, že im záleží na dobre ich klientov, ale nemajú kvalitné služby. Záleží im len na tom, aby predali za každú cenu.

Nevedia predávať naživo a myslia si, že internet ich spasí. **NESPASÍ!**

Internet je len médium a je ako lupa, on len zvýrazní to, čo už vo vás je. Nič viac, nič menej. Taktiež to nie je pre ľudí, ktorí...

...nenávidia predaj.

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Mylne si myslia, že všetci čo robia marketing sú len obyčajní šarlataní a ich jediným cieľom je bohapusto klamať ľudí.

A pritom súhlasím a na 110% sa stotožňujem s výrokom Dušana Šulova, ktorého som vám už spomínal, ktorý povedal:

„Nehľadám klientov pre svoje produkty. Hľadám najlepšie produkty pre svojich klientov.“

Nechápu, že cieľom marketingu je vzdelávať ľudí a ukázať im, že im vaša služba dokáže pomôcť (alebo nedokáže! – také sú možnosti).

Nie sú ochotní investovať do reklamy, lebo ju berú len ako nutné zlo. Milujem výroky mojich klientov.

Andrej Černý povedal:

„Reklama musí byť, aj keby na chleba nebolo“

A Tomáš Porubský ho doplnil:

„Reklama zabezpečí, aby na chleba bolo“

...chcú stále vymýšľať koleso od znova.

Radi si komplikujú veci a „miešajú hrušky s jablkami.“

Študujú všade a všetko a....

...tu sa im zapáči jedna vec, tam sa im zapáči druhá vec. Nechápu medzi nimi súvislosti a nakoniec vytvoria len akýsi zlepenec. (Toto vooobec nie je politický vtip!)

A často to dopadne ako v príbehu o Psíčkovi a Mačičke, keď varili. Dali dokopy kopec chutných ingrediencií a uvarili poriadnu hnusku, ktorá sa nedala jesť.

Toto som presne zažil, keď som si už myslel, že som vynikajúci copywriter, autor predajných textov. Napísal som predajnú stránku tak, že som polepil dokopy veci, ktoré som urobil v minulosti a páčili sa mi.

A výsledok?

Nula predajov = NULA EUR = NIČ! 😞

Tak som v polke kampane „stiahol uši,“ potlačil svoje ego a zobral do rúk moju knihu: [12 krokov, ako vytvoriť neodolateľnú ponuku.](#)

A na jej základe som prekopal celú predajnú stránku. Výsledok po úprave?

+ 1235 EUR ZA 2 DNI.

Viem, že to nie sú milióny, ale hocikedy by som vymenil zanedbateľnú [investíciu do tejto knižky](#) za 1235 EUR v zisku, vy nie?

Keď už sme pri tom...

Dovoľte, aby som sa vám predstavil

Volám sa Peter Čelko a som marketingový konzultant a stratég.

Narodil som sa v roku 1988 (žiadnu symboliku v tom prosím nehľadajte 😊) v mestečku pri hraniciach, v Lučenci.



Zvyšovaniu predajov, vďaka online marketingu sa venujem už od roku 2015.

Momentálne žijem v Banskej Bystrici a ako zvyknem hovoriť ja, som šťastne rozvedený. Aj keď mojej ex-manželke Lenke vďačím za veľa.

Pomáhal som takým celebritám online sveta ako sú Andy Winson, Martin Mažár, Erik Hoffmann, Rudo Kováč, Peťo Stankovský a Petr Popek.

Okrem toho medzi mojich klientov patria aj tradičnejšie offline biznisy, ako sú finanční, realitári, ľudia, ktorí robia služby na mieru (+ mám tam aj špecifiká, ako sú napríklad joga štúdio alebo pani venujúca sa declutterinu).

V tejto knižke vám okrem iného ukážem aj spôsob, ako som investoval mojich vlastných 556,81€ do reklamy a získal vďaka tomu príjem 3783,33€.

Tento systém mi vygeneroval 16 hovorov, z toho 9 z nich sa stalo mojimi klientami. Mal som 56,25% úspešnosť na hovoroch a návratnosť investície 5,7 ku 1.

Čo to znamená?

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Každé euro investované do reklamy mi prinieslo 5,70 EUR čistého zisku.

Ako sa hovorilo v seriáli Černobyl:

„Not great, not terrible. Nie skvelé, ale ani zlé.“

Podme teda na to!

Vedeli ste, že...

Existujú len 3 TYPY ĽUDÍ

Sedel som na platentom webinári Franka Kerna a Granta Cardoneho v nemom úžase. „Krásne“ skloňujem americké mená, že? 😊

Vstupenka na vysielanie ma stála 47 dolárov a neubehlo ani 5 minút a Frank s Grantom už hovorili niečo v štýle (budem ich parafrázovať):

*„Pravdepodobne viete, že na konci tohto vysielania vám ponúkneme dačo drahšie na kúpu. Preto, ak **už teraz VIETE, že CHCETE od nás NAKÚPIŤ**, tak kliknite na tlačidlo pod týmto videom a získajte bonusy pre prvých 10 najrýchlejších“*

Nepamätám si presne, či to bolo prvých 10 najrýchlejších, alebo 15 alebo 20, ale podstata je niekde úplne inde.

Pravdepodobne najlepší marketér (Frank Kern) a najlepší predajca (Grant Cardone) na SVETE sa s tým „nesrali“ a dali ponuku hneď na začiatku. A potom ju ešte mnohokrát zopakovali počas vysielania a čo je dôležitejšie, tak aj po samotnom vysielaní.

Čo ma prekvapilo ešte o kúsok viac, ako to, že dali túto ponuku „tak skoro“ je, že isté percento ľudí im na ňu reagovalo a nakúpili.

Áno, s nadšením písali do komentárov, že práve investovali 997 dolárov do ich online tréningu s názvom Intend Based Branding.

Ešte prekvapivejšie pre mňa bolo, že ma to vôbec nenahnevalo...

... nenahnevalo ma, že chalani dali túto ponuku hneď. Nebola vôbec nátlaková, práve naopak.

Bral som to úplne v pohode a tak isto aj niekoľko desiatok ľudí, ktorí boli spolu so mnou na živom vysielaní. Po úvodnej ponuke nám odovzdali naozaj hodnotné know how. A svoju ponuku potom ešte niekoľkokrát zopakovali.

Teraz si možno hovoríte, Peťo to znie síce super, ale fungovalo to aj na teba? Investoval si aj ty 997 dolárov do tohto online tréningu?

Áno, samozrejme, Investoval! Len som „potreboval“ trošku viac presviedčania. Potreboval som ešte o kúsok viac „popostrčiť.“

Proste som si povedal, že pôjdem do toho, len keď mi k tomu pridajú ako bonus aj ročné členstvo vo Frank Kern Inner Circle (kde mesačné členstvo stálo 397 dolárov a máte prístup k Frankovi a jeho tímu).

Pridali?

Pridali 😊

Dostal som však oveľa viac, ako len prístup k tomuto tréningu a Frankovi a jeho tímu, bolo to vzdelávanie. Škola života.

Vďaka tomu som v praxi, na vlastné oči mohol vidieť, že **existujú 3 typy ľudí**:

1. **Dnešní kupujúci** – toto je najmenšia skupina ľudí, na ktorú sa väčšina ľudí zameriava. Toto sú najlepší kupujúci. Chcú nakupovať tu a teraz, prakticky ihneď.

Nebojte sa im dávať ponuku okamžite.

Toto sú ľudia, ktorí nakúpili hneď na začiatku vysielania webináru (ak neviete, o čom hovorím, tak si prečítajte môj príbeh, ktorý začína 2 strany dozadu, pri nadpise existujú len 3 typy ľudí)

2. **Budúci kupujúci** – ľudia, ktorí vedia, že majú problém a hľadajú riešenia, ale ešte nie sú rozhodnutí, že od koho kúpia. Toto sú ľudia, ktorí nakúpili počas alebo po vysielaní webináru.
3. **Nekupujúci** – najväčšia skupina ľudí, na ktorých ide vaša reklama a nemáte ani najmenšiu šancu im predať. Toto sú ľudia, ktorí sa ani nezúčastnili na vysielaní webináru.

A títo kupujúci sa ešte ďalej delia:

DNEŠNÍ KUPUJÚCI = HORÚCE PUBLIKUM.

Pozná vás, má vás rado a dôveruje vám dostatočne na to, aby chceli od vás kúpiť vaše služby. A potom sú tu budúci kupujúci, ktorí...

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

BUDÚCI KUPUJÚCI SI DELIA NA:

- **Teplé publikum** – vedia, že majú problém a hľadajú riešenie. Vedia, že existujete a potrebujú odpovedať na viacero otázok.
- **Studené publikum** – vedia, že majú problém alebo sen, ktorý si chcú splniť, ale ani len netušia, že existujete (a pravdepodobne nepoznajú vaše riešenie)

NEKUPUJÚCI = NIKDY OD VÁS NEKÚPIA, KÝM SA IM NEZMENÍ SITUÁCIA

Je to napríklad vtedy, keď predávate psie jedlo majiteľom mačiek. Oni váš produkt nikdy nekúpia, lebo nemajú potrebu.

Tu dochádza k najväčšiemu plytvaniu v reklame. Napríklad v televízii, rádiu alebo novinách či billboardoch. Ponuky na nich vidia hlavne ľudia, ktorých to vôbec, ale vôbec nezaujíma.

Ku každej z týchto skupín sa treba správať inak. Teraz si ukážeme ako!

Dnešní kupujúci = horúce publikum

Toto nie je 1. Apríl.

Potil som sa! Viac ako obvykle.

BOL prvý Apríl...

...a ja som práve odoslal najkratší emailov v mojom živote. A to som ich odoslal už doslova stovky, ak nie tisíce.

Mal som stres, či to bude fungovať. Nevedel som, či mi vôbec niekto odpovie.

A ak áno, ako budú ľudia reagovať?

Budú sa hnevať? Tešiť? Budú chcieť moju pomoc?

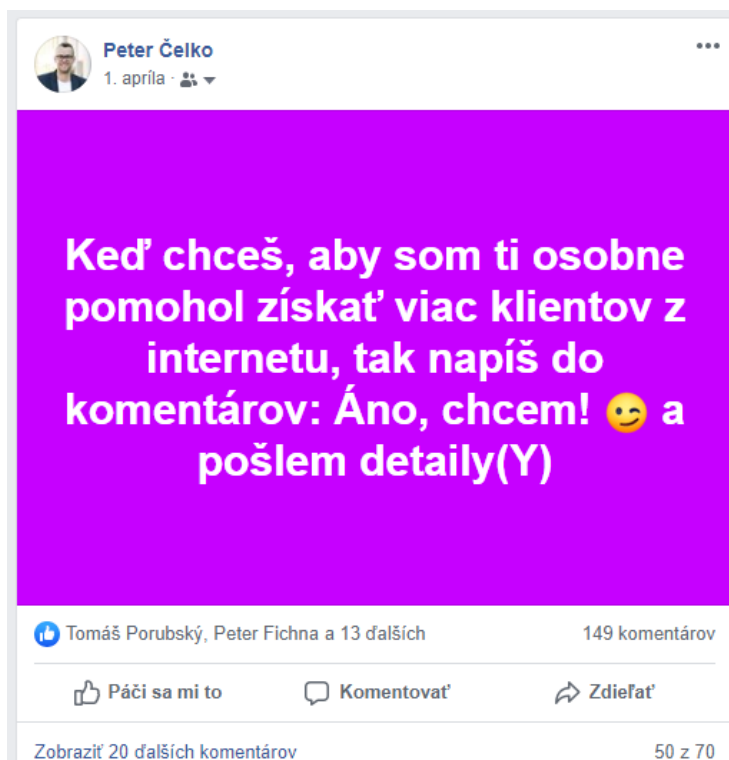
Mal som pocit, že sa celú večnosť nič nedialo, tak som...

Skopíroval text emailu, trošku ho upravil a dal aj na môj osobný profil na Facebooku.

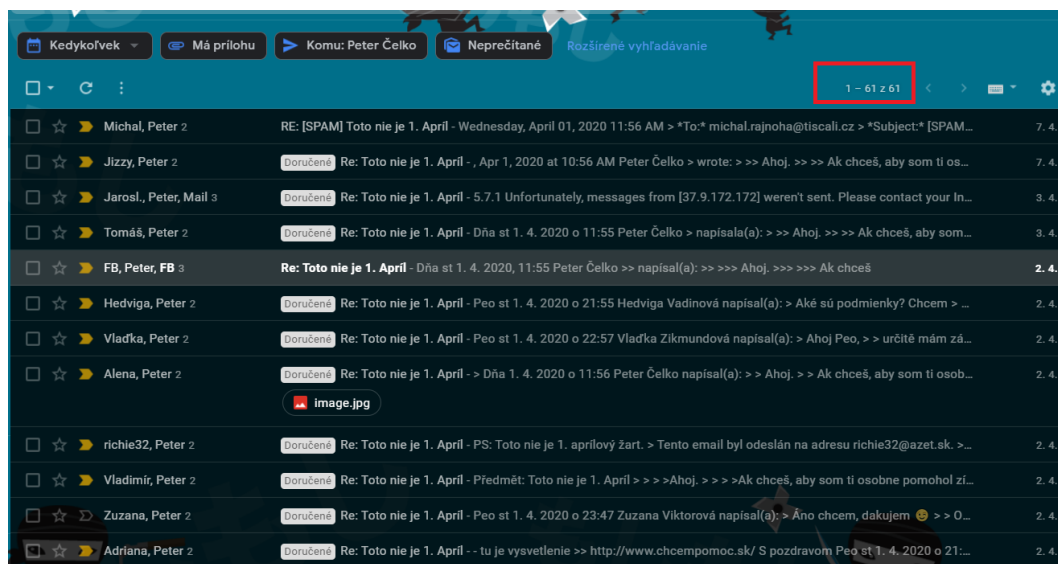
A TO SOM NEMAL ROBIŤ!

Ubehlo desať minút a mne prišlo 11 odpovedí na email!

Konečným výsledkom bolo 149 komentárov, ako môžete vidieť na screenshots tohto statusu:



(A áno, polovica z nich boli moje odpovede, takže reálne to bolo okolo 74 záujemcov)



a 61 emailových odpovedí :-)

Samotný email vyzeral takto:

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Ahoj.

Ak chceš, aby som ti osobne pomohol získať viac klientov z internetu, tak **daj odpovedať na tento emial a ja ti pošlem detaily.**

S pozdravom

Peo

PS: Toto nie je 1. aprílový žart.

Nič zložité 😊

Je to ako keby ste ľuďom povedali: „Mám pre vás koláčiky, chcete?“

(Keď som tento príklad spomínal mojej priateľke Stanke, tak ma skoro „zjedla“ – miluje koláčiky a ja milujem ju <3)

Proste som, v emaili aj statuse:

1. Ponúkol pomoc (Keď chceš, aby som ti osobne pomohol s X)
2. Ponúkol benefit, ktorý získajú, keď si vyžadajú moju pomoc (to je to X – v tomto prípade získať viac klientov z internetu)
3. Dal inštrukcie, čo majú urobiť (tak potom Y – daj odpovedať na tento email alebo napíš do komentárov Áno, chcem!)
4. Prezradil, čo sa stane potom, aby nemali obavy (pošlem detaily)

Celý vzorec potom vyzerá nasledovne:

„Keď chcete, aby som vám pomohol s X, tak potom urobte Y a stane sa Z.“ – Ako vravím, nič zložité.

Napadlo mi, že veľmi veľa ľudí komplikuje veci a ponuky, preto som si povedal, že to urobím veľmi jednoducho (dokonca na 1. Apríla).

Na komentáre som odpovedal: „Ahoj, details vid' v správe 😊“ a v správe som posielal link na ponuku mojej pomoci zdarma (vtedy za zálohu 17€).

Ahoj Michal,

ďakujem ti veľmi pekne za tvoj záujem. Tu sú details >> www.chcempomoc.sk

S pozdravom

Peo

Takto vyzerala odpoveď v emaili. Vid' obrázok nad týmto textom.

A nie, nebola to žiadna automatizácia. To meno som tam vždy písal osobne. Bola to poriadna makačka, pri 61 odpovediach.

Na stránke, kam som ich posielal našli ľudia krátky popis, ako to prebieha:

- Vymyslel som klientom stratégiu na mieru
- Zavoláme si cez Skype, 1 na 1
- A ak človek nebude spokojný, tak mu darujem kurz v hodnote 97 EUR

Chcete, aby som pre vás navrhol marketingovú stratégiu, ako získať ešte viac klientov z internetu na mieru, úplne zdarma?

Z kancelárie Petra Čelka,
v Banskej Bystrici
Máj, 2020



Vyhradil som si čas, aby som pre vás mohol osobne pripraviť marketingovú stratégiu, na mieru.

Zavoláme si cez Skype a **doslova pripravím marketingovú stratégiu na mieru, pre vás a vaše podnikanie.**

Keď budeme hotoví, tak vám **pošlem záznam z hovoru a moje poznámky, aby ste to vedeli okamžite aplikovať do praxe.**

Ako to bude prebiehať?

Začnem vám pomáhať ešte skôr, ako si zavoláme.

Pozriem sa na váš web, prejdem si všetkými procesmi a budem si všimáť, ako všetko funguje a čo by som navrhol vylepšiť.

Potom si zavoláme, jedna na jedna

Použijeme na to Skype, aby sme si mohli navzájom zdieľať obrazovky a aby som vám mohol neživo ukázať, čo mám na mysli.

Všetko vám pripravím na mieru, špeciálne pre vaše podnikanie, na základe toho, čo mi prezradíte o vašich cieľoch, spôsoboch získavania kontaktov a predaja.

Je to zdarma a nie je v tom žiadny háčik

... čo vás pravdepodobne vedie k otázke: "Prečo, pretože by si toto všetko robil úplne zdarma?"

Budem k vám úprimný. Toto je jeden zo spôsobov, ako získavam klientov.

Isté percento ľudí, ktorým takto pomáham ma na konci **požiada, aby som im s tým pomohol a zaplatia si moje služby. Moje služby stoja 97€ na hodinu.**

Keď sa tak stane, tak vám presne poviem, aké stránky vytvorím, čo na ne napísať, ako ich prepojiť, aký obsah tvoriť, aké maily napísať a mnohé ďalšie užitočné veci. Vy už nemusíte myslieť na nič.

Takže, toto je moja "skrytá motivácia"

Avšak...

NEBUDEM na vás tlačiť

Ani náhodou.

Nebudem na vás tlačiť, aby ste sa stali mojimi klientami, lebo nechám hodnotu mojej pomoci zdarma, aby prehovorila za mňa.

Verím, že kampaň, ktorú pre vás navrhнем zdarma dokáže transformovať vaše podnikanie od základov.

Garantujem vám to.

Ale to by predsa mohol povedať každý, no nie?

A preto som ochotný sľúbiť vám toto...

Darujem vám online kurz

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

v hodnote 97 EUR, ak sa vám to nebude páčiť

Ak mi počas nášho rozhovoru poviete, že sme spolu len strácali čas, **tak vám okamžite darujem online kurz v hodnote 97 EUR**, ako odškodné za hodinku, ktorú spolu strávime.

Nie je v tom žiadny háčik, žiadne "malé písmená"

Základom je, že vám navrhnem marketingovú stratégiu na mieru a dám vám aj záznam z našej konzultácie a moje poznámky, aby ste ju vedeli uplatniť prakticky okamžite

Potom sa možno budete chcieť stať mojimi klientami. A možno nie. *Ja na vás nebudem tlačiť.*

A ak si budete myslieť, že ste so mnou len strácali čas, tak vám darujem kurz v hodnote 97 EUR.

Keď chcete získať marketingovú stratégiu na mieru, záznam z konzultácie a moje poznámky, tak začnite hneď teraz a vyplňte formulár pod týmto textom.

Chcem vedieť viac >>>

POTREBUJES POMOCT?

Napiš mi na peter.celko@namaximum.eu, alebo zavolaj na 0948 480 200.

Potom klikli na tlačidlo s textom Chcem vedieť viac >> a vyplnili svoje meno, priezvisko, telefónne číslo a email.

Po zadaní kontaktných údajov sa dostali na druhú stránku, kde boli detaily. Táto služba nebola pre všetkých.

Museli:

- Už mať fungujúce podnikanie
- Byť ochotní investovať do reklamy
- Vedieť nasledovať jednoduché inštrukcie

Plus som ich žiadal o uhradenie 100% vratnej poistnej zálohy, ktorá slúži ako poistka na to, aby ľudia prišli na hovor.

Vrátil by som im ju, ak by neboli spokojní a navyše by dostali kurz v hodnote 97 EUR.

Čo sa stalo potom?

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Potom boli presmerovaní na objednávkový formulár, kde mohli zaplatiť zálohu, prípadne si priamo objednať platenú konzultáciu (v tom čase za 97 EUR, dnes už 200€).

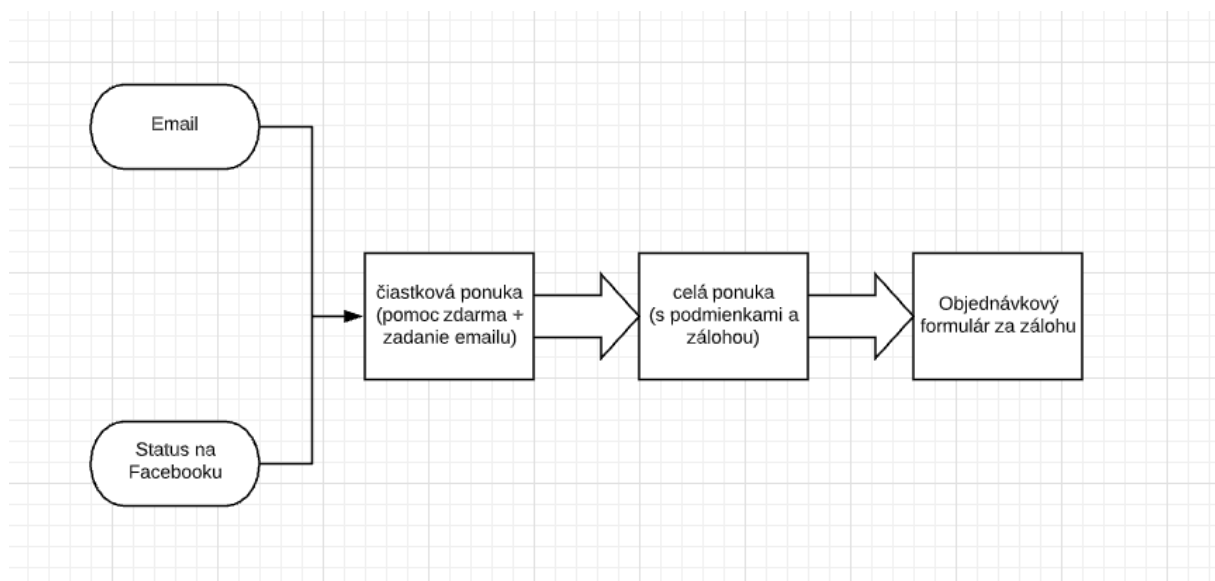
Aby ste vedeli lepšie prečítať túto stránku, aj stránku s detailmi ponuky, tak choďte na www.namaximum.eu/strategia-bonusy a zadajte tam váš email.

Môj systém vám automaticky pošle prístup do chránenej členskej sekcie s vašimi bonusmi – vrátane detailných screenshotov týchto stránok v PDF (už ich nemám aktívne v tejto podobe – mal som až príliš veľa záujemcov a preto som musel zvyšovať ceny).

Je to úplne nenátlakové. Len sa ľudí opýtate, chcete to a to? Dajte mi vedieť. Dajte odpovedať na email alebo mi napíšte do komentárov a potom s nimi začnete konverzáciu.

Je to úplne zdarma, ale dôležité je mať pred tým databázu kontaktov, či už emailových alebo fanúšikov na fanúšikovskej stránke alebo priateľov na osobnom profile.

V konečnom dôsledku celý tento proces vyzeral takto:



A výsledky?

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom: [3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Pre tých, čo majú radi konkrétne čísla:

Do 24 hodín od zverejnenia tohto statusu a zaslania emailu sa 187 ľudí dostalo na čiastkovú ponuku. 13 mi nechalo email a 6 zaplatilo zálohu 17€. Teda si dohodlo konzultáciu a zaplatili mi za to 17€.

Celkovo z toho bolo nakoniec 15 konzultácií a obrat 897€ v platených konzultáciách.

Viem, že to nie sú milióny a že som vám sľúbil, že vám ukážem stratégiu, ktorá mi vygenerovala príjem 3783,33€ - ukážem, len čítajte ďalej a pozorne.

Ale takmer 900€ za pár minút práce, napísanie 1 statusu a emailu (a 15 hodín konzultovania „zdarma“) nie je zlý výsledok, no nie?

Čo som mohol urobiť lepšie?

- Použiť niektorého chatbota, na automatické nastavenie odpovede alebo delegovať odpovedanie na moju asistentku. Ale vôbec som netušil, že bude taký veľký záujem. Mal som obavy, či mi vôbec niekto odpovie.
- Dať presnejšie inštrukcie v emaili, lebo mi niektorí ľudia poslali len prázdny email ako odpoveď (doslova nasledovali inštrukcie)

Krátke zhrnutie:

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Dnešní kupující sú najvd'áčnejšia skupina a najľahšie sa im predáva.

Dajte im priamu ponuku a dajte si pozor, aby ste ich nevykecali z obchodu.

Tu na 100% platí to, čo povedal Jay Abraham – jeden z najlepších a najdrahších biznis konzultantov na svete:

„Niekdý najlepší spôsob, ako predat' koňa je zakričať: „Kôň na predáááj“

Budúci kupujúci = teplé publikum (nie homosexuálne :-P)

Peo, Peo...

(Malá vsuvka:

Peo, tak ma volajú moji kamaráti a klienti – viem, že to znie ako meno pre somárika, ale táto prezývka vznikla pri kontakte s Američanmi, ktorí nevedeli vysloviť „ť“ v mojom mene Peťo. Nieže by slovo Pítr nebolo v Amerike rozšírené :-D

Ale poďme späť...).

Musíme sa ti s niečím pochváliť.

AHA!

Máme plný kalendár na August a to sme si mysleli, že vtedy sú ľudia na dovolenkách.

SUPEEEER 😊

Hovorila mi Zuzka Šúchalová na našej spoločnej konzultácii.

Spolu s manželom Martinom Šúchalom, špičkovým zvaračom (áno, čítate správne – ZVÁRAČOM!) európskej, ak nie svetovej úrovne vlastní web <https://www.skillwelding.com/>, vďaka ktorému predávajú kurzy zvarovania naživo.

A poviem vám, že takéto kurzy rozhodne nie sú úplne lacná záležitosť. V čase, keď som sa s nimi naposledy rozprával, tak stál deň takéhoto kurzu 150 EUR a kurz bežne trval 10 dní.

Čo je okolo 1500 EUR za jeden kurz.

Martin Šúchal je špička v zvaraní a vie veľmi dobre predávať na osobných stretnutiach alebo cez telefón.

Keď sa rozhodol kontaktovať ma, už mal predajnú stránku, vďaka ktorej mu ľudia nechávali na seba kontakty a požiadali ho, aby im zavolať a dal viac informácií (rozumej „predaj“) kurzy zvarovania. Chcel len poradiť a vylepšiť ju.

Ešte pred tým, ako vám ju ukážem si myslím, že potrebujete pochopiť...

V niektorých odvetviach stačí, že máte len predajnú stránku so žiadosťou o hovor a pošlete tam priamo reklamu z Facebooku

Keď som sa naposledy rozprával s manželmi Šúchalovcami, tak jeden deň tréningu stál 150 eur a mali návratnosť investície do reklamy až 70 ku 1.

Tu je príklad prerobenej predajnej stránky, ktorá funguje:



Si alebo chceš byť zvárač, ktorý vďaka môjmu tréningu bude zarábať až 5000 EUR a viac na mesiac? Viac ako 35 ľudí sa už presvedčilo o tom, že kvalitní zvárači sú vyvažovaní zlatom. Pri dnešnej situácii, kedy školy produkujú nekvalitných zváračov, ktorí po príchode do zahraničia neurobia pracovnú (zváračskú) skúšku, som sa vďaka mojim 15 ročným skúsenostiam rozhodol robiť zváračské tréningy. Pod mojím individuálnym tréningom sa z teba stane zvárač, ktorý prejde všetkými potrebnými skúškami. Vďaka môjmu tréningu skrátime proces učenia viac ako o polovicu, naučím ťa top kvalitu zvarov, odbúrame stres a frustráciu z opakovaných chýb.



Moje skúsenosti:

- > Zváram viac ako 15 rokov a mám odzváraných viac ako 22 000 hodín
- > Zváral som v 7 krajinách (Švédsko, Fínsko, Holandsko, Nemecko, Poľsko, Česko a Slovensko)
- > Neexistuje vec, ktorú by som nezváral. Pracoval som na: atómových a tepelných elektrárňach, chemických, rafinériách, v potravinárstve, zváranie na membránových stenách, zváranie na zrkadlo, zváranie na komorách, zváranie parovodov, zváranie plynovodov atď...

A aká je štruktúra? Prečo to funguje?

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

- 1. Dôležité je začať úderným nadpisom a priamym sľubom** – povedať čo to je (*zváračské tréningy*) a čo sa vďaka tomu naučia, dozvedia alebo získajú (*vďaka ktorým zarobíte mesačne až 5000 EUR*)
- 2. Potom identifikovať, či je človek na tejto stránke správnym klientom** – Chceš byť zvárač, ktorý vďaka môjmu tréningu bude zarábať až 5000 EUR a viac za mesiac?
- 3. Pridať čo najviac sociálnych dôkazov** – že to funguje a ľudia to chcú (*Viac ako 35 ľudí sa už presvedčilo o tom, že kvalitní zvárači sú vyvažovaní zlatom*) a o tom, že vy ste tá pravá osoba, na koho sa obrátiť (celá časť Moje skúsenosti)
- 4. Benefity, výhody, ktoré získa tým, že investuje** – (*prejdete skúškami, skrátime proces učenia na polovicu, odbúrame stres a frustráciu z opakovaných chýb* – všimnete to zapojenie emócií?)

- 1.** Pripravím ťa tak, aby sa firmy o teba trhali !
- 2.** Na kurze zvárania ťa naučím len veci z praxe v podobe tipov a trikov, žiadne teórie a omáčky
- 3.** Pripravím ťa tak, aby si zvládol každú zváračskú skúšku pri pracovnom pohovore
- 4.** Budeš sa učiť za pomoci dvoch profi zváračiek v hodnote 2500 EUR + ukosovačky v hodnote 4000 EUR
- 5.** V tréningu sa zameriame na problémové miesta ako napríklad: správne nastavenie zväračky, nenastavené hrany, chudobný koreň, prepadnutý koreň, chybné nadpojenia v koreni, studené spoje v medzihúsenkových vrstvách, póry a zápaly vo zvaroch, vizuálnosť zvaru
- 6.** Pod mojím vedením nemáš čo stratiť alebo pokaziť – je to niečo ako inkubátor (ochranné prostredie)
- 7.** Pomôžem ti získať prácu nielen na Slovensku, ale aj v zahraničí
- 8.** Získaš moju osobnú podporu cez telefón na nasledujúcich 12 mesiacov

5. Celá táto časť je o ďalších a ďalších benefitoch – zvyšovaní hodnoty kurzu

Referencie od spokojných klientov



Tomáš v predchádzajúcej práci zarábal 600 EUR

Naučil som ho zvärať nerezové potrubie, pravou a ľavou rukou a teraz pracuje na Slovensku na atómovej elektrárni a zarába 3000 euro a viac mesačne.

Pracoval v zahraničí vo Švédsku, Južnej Afrike – Kapské mesto, Rakúsku, Česku, kde zarábal 5000€ a viac. Kúpil si auto a postavil dom BEZ HYPOTÉKY!

TOMÁŠ - BÝVALÝ PROCESNÝ KONTROLÓR



Často kladené otázky o zväračskom tréningu

Martin, koľko trvá tvoj tréning? ^

Tréning odporúčam na 10 dní, počas ktorých si natrénujeme techniky a spôsoby zvärania, aby ti RTG vychádzal.

Martin, kde bude tréning prebiehať? Je možnosť ubytovania? v

Martin, prečo to vôbec robíš, keď máš toľko skúseností? v

Ako sa môžem na tréning prihlásiť? v

Martin, koľko tvoje kurzy stoja? v

6. Referencie v štýle pred a po – všimnite si, akým štýlom sú písané referencie. Použili sme vzorec pred – naučil som ho – po. Pred (*zarábal 600 EUR*), naučil som ho (*zvärať nerezové potrubie pravou a ľavou rukou*) a po (*teraz pracuje na atómovej elektrárni a zarába 3000 euro a viac, kúpil si auto a postavil dom BEZ HYPOTÉKY*)

7. Často kladené otázky – toto sú otázky, ktoré Martin často dostával na hovoroch. Aby si ušetril prácu s individuálnym odpovedaním, tak sme ich spísali a pridali na stránku.

Okrem iného často kladené otázky slúžia aj na zvyšovanie počtu dohodnutých si hovorov.

Prečo?

Ako hovoril Rober Collier, jeden zo zakladateľov modernej reklamy:

„Začnite s konverzáciou, ktorá sa odohráva v ich hlave“

Čo tým myslel??

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Ak majú ľudia tieto otázky v hlave, tak nad nimi rozmýšľajú. A často nedokážu preto vnímať nič iné.

A možno práve preto, keď im na ne neodpoviete, tak si nedohodnú hovor s vami. Nevnímajú zvyšok stránky, boja sa a vystrašený človek nekupuje



Podme ďalej.

Ak ťa tento tréning zvarania zaujal a chceš zvýšiť svoju hodinovku, tak vyplň krátky formulár na konci tejto stránky a my ťa budeme kontaktovať do 24hodín – spoločne si preberieme celý priebeh tréningu a tvoje individuálne potreby.

Teším sa na teba a tvoje úspechy a pokroky.

Martin Šúchal
Zakladateľ SKILLWELDING

Meno a priezvisko*

Email*

- 8. Výzva k akcii pomocou vzorca Ak...tak... – Ak ťa tento tréning zvarania zaujal a chceš zvýšiť svoju hodinovku (ďalší benefit), tak vyplň krátky formulár na konci tejto stránky a...**
- 9. Vysvetlenie, čo sa stane potom – slúži ako ďalšie odbúranie strachu – ...a my ťa budeme kontaktovať do 24 hodín – spoločne si preberieme celý priebeh tréningu a tvoje individuálne potreby (ďalšie benefity)**

Vysvetlenie, čo sa stane potom je veľmi dôležité. Inak ľudia majú strach.

Najviac som si to uvedomil, keď som bol na gastro vyšetrení. Proste mali mi pchať do úst hadičku a odoberať vzorku. Brutálna predstava a...

...kým som sedel v čakárni a nevedel, že čo ma čaká, tak som mal obrovský strach. Čo sa bude diať, ako to bude prebiehať?

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Pohľady ľudí boli, ako keby sa ma tam chystali zabiť. Asi nikdy som sa necítil psychicky horšie ako vtedy (a to som z Lučenca 😊 – samozrejme, žartujem).

Potom som išiel dnu a sestrička mi dala extra rýchle vysvetlenie:

„Dáme vám toto do úst, to vám zabráni v ich zavretiu. Nastriekame vám znečitlivejúci sprej. Hadička pôjde dnu, pocítite malé štipnutie a hotovo“

A ozaj hotovo.

Strach bol v momente preč.

A tak isto to majú aj vaši potenciálni klienti. Keď im nepoviete, čo sa bude diať, tak sa budú báť a možno si budú myslieť, že na nich budete tlačiť a chcieť im silou mocou predávať.

Ja viem, že vy takí nie ste. Ale vedia to aj oni?

Povedzte im, čo sa bude diať, nech sú na to pripravení a už dopredu si to v hlave predstavujú.

Neviem, kto to povedal, ale bolo to niečo v štýle:

„Ak si to vieš predstaviť, tak to vieš urobiť“

Podme ďalej...

10. Rozlúčenie sa a podpis – V pozitívnom duchu – Teším sa na teba a tvoje úspechy a pokroky. Martin Šúchal – zakladateľ SKILLWELDING

11. Formulár s potrebnými údajmi

Meno a priezvisko*

Email*

Tel. číslo*

Adresa*

Vzdelanie (vlastníte zväračský certifikát? Ak áno, aký?)*

Aké máte skúsenosti a prax vo zváraní?*

O aký druh zvárania máte záujem?

Súhlasím so spracovaním [osobných údajov](#).

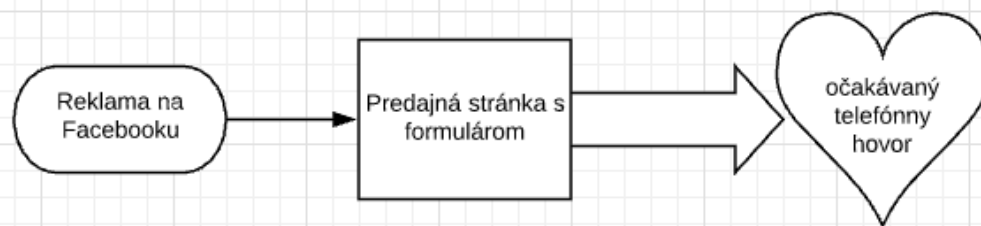
ODOSLAŤ

Všimnite si, že Martin nezbiera len kontaktné údaje (meno, email, telefón), ale aj ďalšie údaje, ktoré mu pomôžu lepšie sa pripraviť na hovor (vzdelanie, skúsenosti, o aký druh zvárania majú záujem).

Vy sami viete, čo sa vašich klientov najčastejšie pýtate a čo vám pomôže lepšie im pomôcť dosiahnuť ich želaný cieľ.

Celý proces vyzerá nasledovne

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)



1. Reklama na Facebooku vedie na predajnú stránku s ponukou kurzov zvárania
2. Ľudia vyplnia kontaktný formulár
3. Martin im zavolá a odpovie na všetky ich otázky (predá, alebo nie)

Sami môžete vidieť, že keď komunikujete s teplými kontaktmi, ľuďmi, ktorí vedia, že chcú využiť vašu službu, tak to vôbec nemusíte komplikovať.

V tomto prípade reklama a predajná stránka nahradia studené telefonovanie. Reklama ako keby za vás vytočila číslo a predajná stránka rozprávala za vás.

Dáva vám to takto zmysel?

Ja pevne verím, že áno.

Avšak, horšou správou je, že niekedy nestačí posielat' ľudí priamo na predajnú stránku.

Niekedy, keď vás ľudia vôbec nepoznajú a nevedia čo robíte, tak im treba službu viacej vysvetliť, aby bola lepšie pochopiteľná a aby ju chceli získať. A tu prichádza na rad magnet na kontakty.

Tu hovoríme o ľuďoch, ktorí sú...

Budúci kupujúci = studené publikum (nebojte, nie mŕtvolky)

Peo, mám problém!

Zveril sa mi Dušan Šulov, špecialista na investovanie, počas našej spoločnej konzultácie.

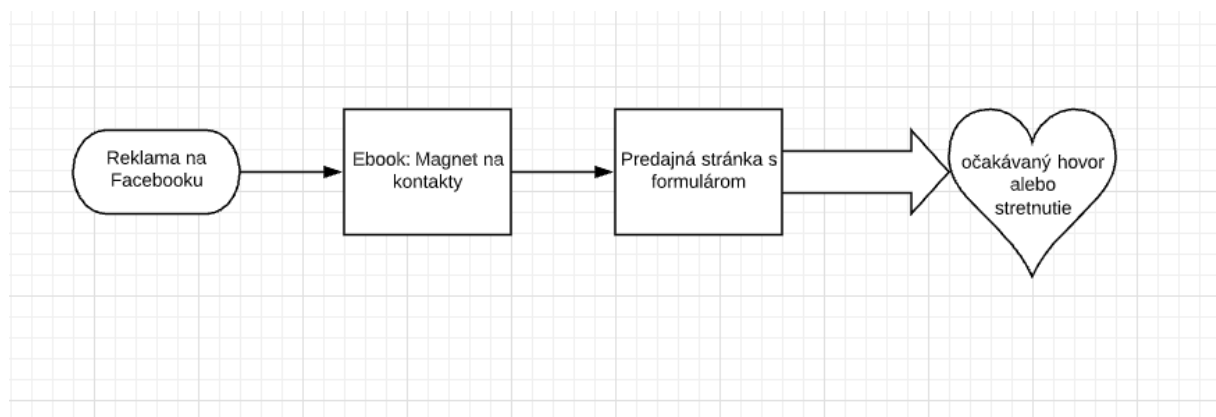
Získavam síce veľa a pomerne lacných kontaktov, ale nikto odo mňa nechce nakupovať 😞

Chcem získavať kontakty na bonitných klientov, takých, ktorí si budú môcť dovoliť moje služby a ktorí ich budú aj chcieť.

Čo s tým mám robiť?

Neviem, pozrime sa na to spoločne.

Dušan využíval túto stratégiu



Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

To je jedna z najlepších stratégií, ako získať kontakty a následne stretnutia s ľuďmi, ktorí patria do studeného publika a zároveň sú budúci kupujúci. Ale je tam pomerne veľa miest, kde sa to môže „pokaziť“

Spolu sme si prešli celý proces, od A do Z. Od reklamy, cez získavanie kontaktov až po ponuku konzultácie zdarma.

A v tom som to zbadal. Dušan používal...

SYR NAMIESTO SOLI

Ako to myslím?

Dušan **používal nesprávny magnet na kontakty.**

Často stačí mať ako magnet na kontakty aj jednoduchý ebook. Proste dokument, ktorý vytvoríte vo worde a uložíte ho ako PDF. Alebo, keď chcete byť “až moc fancy” - tak môžete vytvoriť vzdelávaco predajné video.

Nemusíte sa v ňom ani raz ukázať na obrazovke, stačí, že nahráte Powerpoint alebo Keynote (to je powerpoint pre Mac-y) prezentáciu.

Magnet na kontakty má len tieto dve úlohy:

Magnet na kontakty má len tieto 2 úlohy:



...kontakty na tých **SPRÁVNÝCH** ľuďí, aby ste s nimi mohli ďalej komunikovať.

A tu prichádzame k podobenstvu o syre a soli:

Predstavte si, že ste poľovníci a chcete poľovať na jelene (naozaj neviem, či je to legálne).

Čo by ste použili ako návnadu, keby ste chceli čo najviac jeleňov nalákať do vašej záhrady, aby ste ich potom mohli postrieľať? (určite to nie je humánne 😞).

Použili by ste radšej syr alebo soľ?

Samozrejme, že by ste radšej použili soľ. Veď každému je jasné, že jelene chodia lízať soľ. Ak by ste náhodou použili syr, tak by ste určite mali záhradu plnú myší, ale jeleňov by ste asi moc neprilákali.

Možno pár áno, ale väčšina z nich by boli asi myši.

A tak isto je to aj s magnetom na kontakty. Najčastejšou chybou, ktorú ľudia robia je, že nevhodne zvolia tému magnetu na kontakty. Čo to znamená?

Zvolia takú tému, ktorá priťahuje ľudí, ktorí sú nevhodní a nechcú kúpiť. Tak to mal aj Dušan Šulov, ktorý v tom čase používal ebook s názvom:

„Ako aj lenivý človek môže získať investovaním 50 000€“

Čo myslíte, prečo mu tento ebook síce prinášal kopec lacných kontaktov, ale nikto od neho nechcel nakupovať?

Ktoré je kľúčové slovo, v tomto nadpise ebooku? (v jeho téme?)



ZADARMO Ebook:
Ako aj lenivý človek môže získať investovaním 50.000 €

Pripravil som vám praktický a funkčný návod, ako môžete čo najrýchlejšie pomocou investovania získať výnos viac ako 50.000 €

- ▶ Praktické a prehľadne spracované informácie z praxe
- ▶ Okamžité využitie informácií aj pre úplných laikov
- ▶ Možnosti, kde sa oplatí a neoplatí investovať
- ▶ Fungujúce spôsoby investovania, ktoré sa osvedčili počas posledných viac ako 100 rokov
- ▶ Rozdiel medzi investovaním a špekulovaním
- ▶ Prehľad najvýnosnejších investícií
- ▶ Návod na výnosnú investíciu + príklad z praxe

[Stiahni ebook](#)

Vlastne tie slová sú 2 :-)

Kľúčové slovo v nadpise je... “lenivý” ... takýto nadpis priťahuje lenivých ľudí, ktorí pravdepodobne nemajú dostatok peňazí na investovanie. A aj 50 000 euro znie až príliš dobre, aby to bola pravda.

Po hovore so mnou zmenil ebook...

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

...na pomôcku: Ťahák na výber podielového fondu.



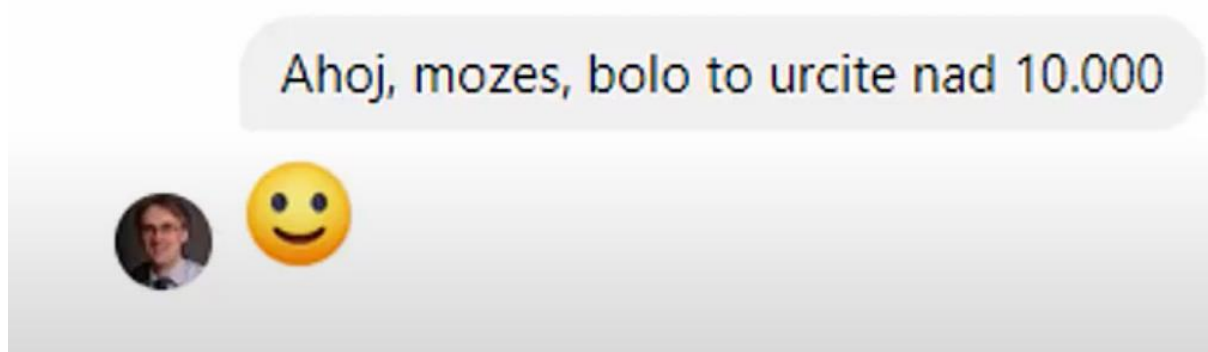
The image shows a social media post on a dark blue background. On the left, there are icons for Facebook, Instagram, and LinkedIn. The main content features a spiral-bound notebook titled "ŤAHÁK NA VÝBER PODIELOVÉHO FONDU" with a photo of a man in a suit. To the right of the notebook, the text reads: "STIAHNITE SI ŤAHÁK ZADARMO: Pomôcka: Ťahák na výber podielového fondu". Below this, it says: "NEINVESTUJTE DO NEKVALITNÝCH A DRAHÝCH PODIELOVÝCH FONDOV, ak nepoznáte tieto pravidlá. V piatich krokoch zistíte, kedy investovať do ETF a kedy do aktívne spravovaného podielového fondu a zabezpečte, aby váš výnos bol nadpriemerný a aby ste neplatili zbytočné poplatky." At the bottom right, there is a yellow button that says "Získať Ťahák".

Lebo zistil, že ľudia, ktorí s ním investujú často hľadajú návod, ako si správne vybrať podielový fond. A preto vytvoril 2 stránkový dokument, ktorý im pomohol dosiahnuť tento výsledok.

Aký vďaka tomu dosiahol výsledok?

Za prvé 3 týždne mal podpísané 3 zmluvy s celkovou províziou 1676 euro. A v priebehu nasledujúcich 3 mesiacov to bolo cez 10 000 EURO.

A keď som sa ho opýtal, či ho môžem spomenúť, tak mi odpísal toto:



A to mu pred tým hovorili, že nemôže získavať klientov čisto len z internetu. Najlepšie na tom je, že...

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom: [3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Dušan dal za tento čas, za 3 mesiace len okolo 1000 eur (333 mesačne).

A dosiahol tak návratnosť 1 ku 10.

Dal do reklamy 1000 euro a vyplulo mu to naspäť 10 000 euro.

Ako si to mohol dovoliť?

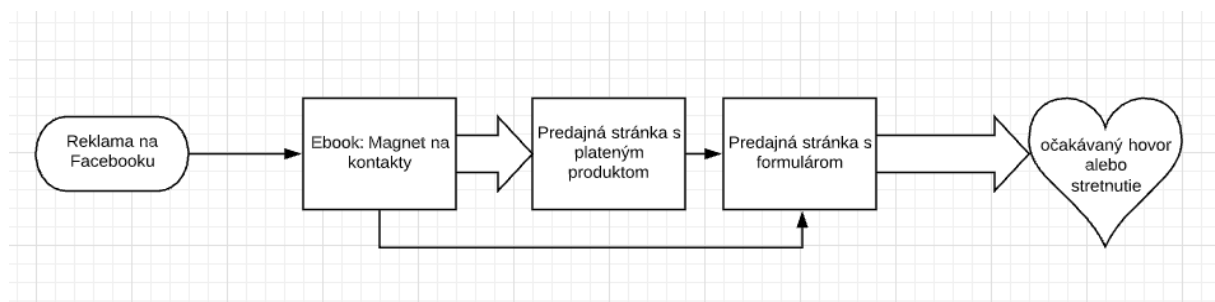
Ak si dobre pamätáte, tak niekde na začiatku tohto ebooku som vám sľúbil, že vám ukážem spôsob, ako som zarobil na reklame ešte skôr, ako sa vôbec dostali ľudia na konzultáciu so mnou.

Túto metódu vám ukážem nielen u mňa, ale aj u Dušana.

Keď som vám popisoval stratégiu, akú používal na získavanie kontaktov a ohrievanie studených kontaktov (nielen) pomocou magnetu na kontakty (v tomto prípade ebooku), tak som vás nechtiac oklamal.

Zabudol som na jednu veľmi dôležitú vec. Dušan na ďakovnej stránke za zadaním kontaktu na ebook zdarma urobil jednu veľmi dôležitú vec a to...
... predával platený ebook.

Jeho **system vlastne vyzeral potom takto:**



Človek zbadal jeho reklamu na Facebooku. Po zadaní emailu sa dostal na ďakovnú stránku, kde si mohol kúpiť platený ebook (samozrejme, že v akcii).

A využívali ľudia túto príležitosť?

To si píšete, že áno.

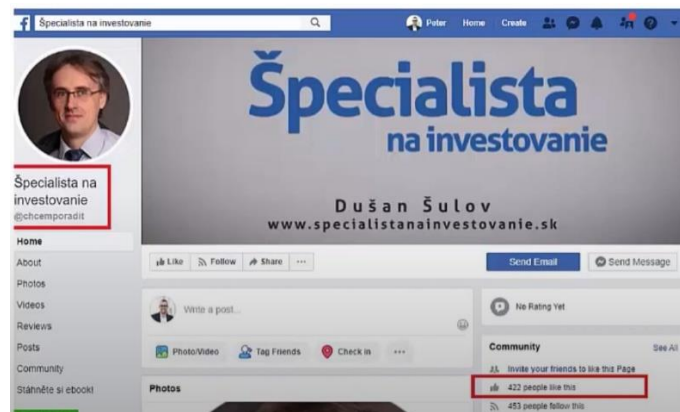
Ako mi napísal samotný Dušan:

„Kdeže som predal 25 ebookov po 14 eur, tak mi pokryli náklady na reklamu na FB.“

kedže som predal 25 ebookov po 14 eur, tie mi pokryli náklady na reklamu na FB, tak som ich mal zadarmo. inak platím za kontakty dost' veľa cca 1-1,5 eur

Toto bol údaj len po 3 týždňoch kampane.

A čo je ešte lepšie, na svojej fanpage mal v tom čase len okolo 400 fanúšikov. Konkrétne 422. Nevieam, či to tam dobre vidno 😞



Takže drvivá väčšina klientov, ak nie všetci. Prišla práve z reklamy.

Dušan je skvelý klient, lebo si uvedomuje, že keď má fungujúci systém, tak by mal do reklamy investovať čo najviac, ako sa len dá, lebo vďaka tomu “zadupe” konkurenciu do zeme.

Vlastne si bude môcť “kupovať” legálnym spôsobom ich klientov. A teraz vám možno napadla otázka:

Prečo by ste mali používať magnet na kontakty, keď ľuďom môžete rovno predávať?

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Podľa prieskumov agentúry C3 Metrics, trvá 22 dní odkedy sa človek začne zaujímať o kúpu produktu alebo služby - napríklad, že si o tom začne niečo Googliť a tým, že reálne nakúpi.

A chce to až 32 kontaktov a preto mojim klientom väčšinou odporúčam, využívať magnet na kontakty a budovať databázu.

Tu je modelový príklad a vysvetlenie, prečo by ste to mali robiť:

- Predstavte si, že pomocou reklamy dotiahnete na vašu predajnú stránku 100 ľudí
- Z tých 100 ľudí by vám napríklad 5 ľudí vyplnilo formulár, čo by bol veľmi dobrý výkon
- 2 by si s vami dohodli hovor
- A 1 by ste predali

Vy by ste takto mali 5 kontaktov, ale až 95 ľudí, za ktorých ste zaplatili v reklame, ale pravdepodobne sa nikdy nevrátia. Lebo nemajú dôvod.

A najdrahšia časť reklamy je tá, ktorá sa nepremení na klienta, alebo aspoň na kontakt na potenciálneho klienta.

Dobre Peťo, ale čo mám urobiť s ľuďmi, ktorí mi síce nechali kontakt, ale nevyžiadali si hovor?

To je veľmi dobrá otázka, mali by ste im dať viac možností, aby si s vami dohodli hovor.

Ale, ako to urobiť bez toho, aby ste boli otravní a nudní?

Platí pravidlo, že čím väčšiu hodnotu ľuďom dáte a čím viac ponúk im dáte, tým viac zarobíte.

Ako ľuďom dávať stále tú istú ponuku?

S ľuďmi ďalej komunikujte, napríklad:

- **emailom** - ak vám konverzný mechanizmus alebo magnet na kontakty na nich získal kontakt
- **reklamou na Facebooku** - preto treba mať Facebook pixel, vytvorené publiká a správne zacielenú a otextovanú reklamu

Facebook pixel je kus kódu, vďaka ktorému Facebook za vás označí ľudí, ktorí boli na vašom webe (ktorí pravdepodobne majú záujem o vašu problematiku a sú to potenciálni budúci kupujúci) a vy vďaka tomu na nich viete znova cieľiť reklamy na Facebooku a Instagrame a opakovane sa týmto ľuďom pripomínať.

[Určite vám odporúčam ako jednu z prvých vecí, aby ste si vytvorili a nastavili Facebook pixel, návod, ako na to nájdete tu >>](#)

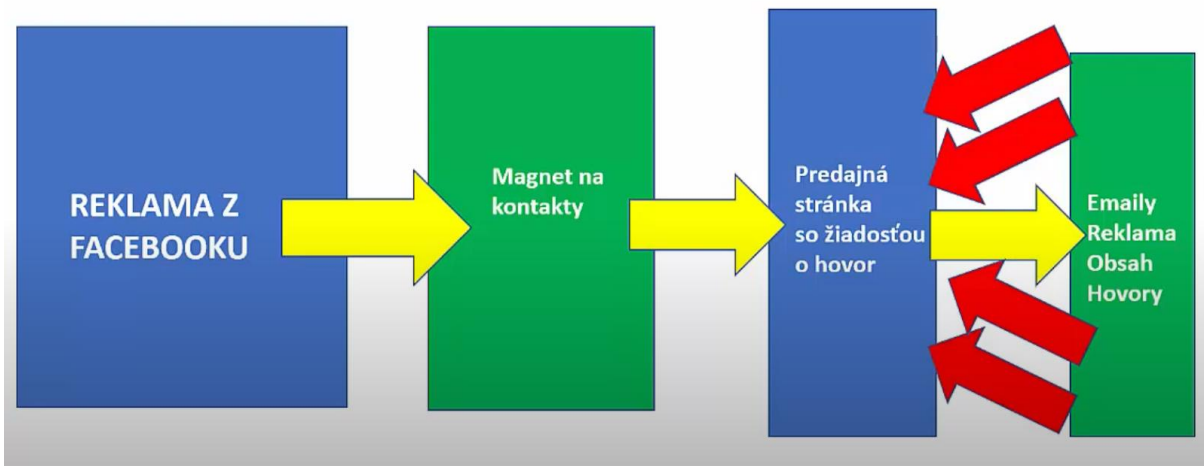
- **alebo telefonicky** - na vašich klientov, v tomto prípade neporušíte GDPR - lebo si uplatníte takzvaný "oprávnený záujem"

Alebo vás takýto ľudia môžu kontaktovať sami, keď im ponúknete pomoc emailom a reklamou.

V niektorých odvetviac sme si spomínali, že stačí mať Facebook reklamu a magnet na kontakty. A predajnú stránku, ale niekde je dôležité aj ďalej komunikovať.

A teda posilať emaily, cieľiť reklamu alebo volať a posilať im hodnotný obsah, dávať im hodnotu a vždy v tej hodnote odkazovať na predajnú stránku.

V niektorých odvetviach, stačí:



Ešte mám pre vás malý tip na záver:

Najväčšia chyba, ktorú ľudia robia je, že zmenia fungujúci a dlhé roky zaužívaný predajný proces.

Ako to myslím?

Snažia sa dostať ľudský faktor, samých seba, von z predajného procesu. Ale to je pri predaji prémiových služieb, ktoré sa často robia na mieru veľmi, veľmi ťažké.

Pravdepodobne už sami viete, že takéto služby sa najlepšie predávajú na osobnom stretnutí alebo telefonickom hovore.

A preto potrebujete najskôr vytvoriť konverzný mechanizmus, teda mechanizmus, ktorý vám bude generovať hovory alebo stretnutia za vás a ideálne celý tento proces čo najviac automatizovať a duplikovať.

Tento mechanizmus “nepredáva” vašu službu, ale “predáva” hovor s vami. Len možnosť, aby si ľudia dohodli hovor s vami. Aký použiť?

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Najlepšiu skúsenosť mám s predajnými stránkami.

Prečo?

Lebo ľudia, ktorí majú peniaze (a predpokladám, že práve takýchto chcete za klientov) často nemajú čas, aby pozerali dlhé videá a predajnú stránku si dokážu veľmi rýchlo prebehnúť a zistiť, či ich ponúkaná služba zaujíma alebo nie.

Tu je pár dôvodov, prečo predajná stránka často dobre funguje:

- Lebo **keď dáte nižšiu bariéru vstupu**, poprosíte ľudí len o to, aby si s vami dohodli hovor a nemuseli vám hneď platiť, tak vtedy je tam **menší odpor**
- **A vtedy je aj väčšia interakcia**, na hovore môžete mať otázky, ľudia môžu mať na vás otázky a vy im odpoviete a pomôžete im a týmto sa automaticky vybuduje aj...
- **vyššia dôvera**. A tým, že ľuďom na hovore úprimne pomôžete a nebudete im len predávať a tlačiť, tak sa vybuduje aj...
- **reciprocita** - oni budú mať záväzok, že vám budú chcieť dať niečo späť a budú sa chcieť stať vašimi klientami.

Tu je pár dôvodov, prečo predajná stránka niekedy proste nefunguje, môže to byť:

- zlý nadpis
- zlý text
- vysoká bariéra vstupu
- alebo to, že túto stránku videlo len málo ľudí

Dobrou správou je, že väčšina týchto chýb sa dá pomerne rýchlo odstrániť tým, že urobíte len malú zmenu.

Akú?

Odporúčam vám, inšpirujte sa predajnými stránkami v tomto ebooku a malo by vám to fungovať...

... pamätajte, nič vám nesľubujem, nie som žiadna vedma. Ale keď veci z tohto ebooku aplikujete do praxe, tak niekoľkonásobne zvýšite vašu šancu, že uspejete.

Ja vám ďakujem veľmi pekne, že ste sa dočítali až sem.

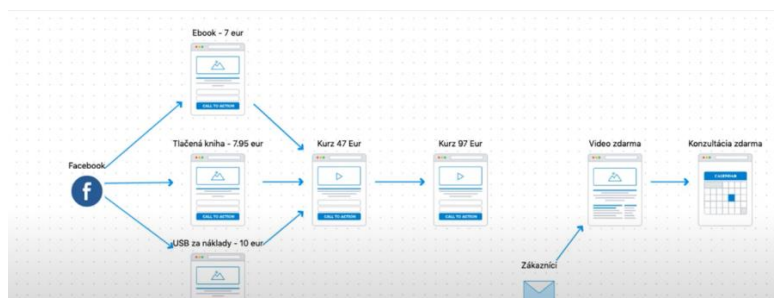
A teším sa, na vaše úspechy pri získavaní stretnutí a hovorov z internetu.

S pozdravom

Peter „Peo“ Čelko



PS: Sľúbil som vám, že vám ukážem aj moju stratégiu, pri ktorej som **investoval mojich vlastných 556,81€ do reklamy a získal vďaka tomu príjem 3783,33€**



Tu je jej stručný prehľad, ale je o trošku komplikovanejšia a na dlhšie vysvetľovanie. Preto som video, rozhovor pre Erika Hoffmanna do funnel clubu umiestnil do vašej bonusovej sekcie, ktorú nájdete takto:

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom: [3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)

Chodte na adresu www.namaximum.eu/strategia-bonusy a zadajte tam váš email.

Môj systém vám automaticky pošle prístup do chránenej členskej sekcie s vašimi bonusmi – vrátane rozhovoru o tejto mojej stratégii, ako som získaval klientov na platené konzultácie a copywriterské služby (ktoré už nerobím 😊).

Pozrite si aj váš bonusový tréning na vyžiadanie zdarma, s názvom:
[3 kroky, ako prestať naháňať predaje a nechať ľudí, nech sa vám ozvú sami.](#)