

**3 FÁZE A POSTUP, JAK VYTVOŘIT
NEPORAZITELNÉ MARKETINGOVÉ A
PRODEJNÍ SDĚLENÍ JAKO TEXT NEBO VIDEO**

PSYCHOLOGIE, STRUKTURA A OBSAH PRODEJNÍCH STRÁNEK

www.onlineacademy.cz



PROČ LIDÉ NAKUPUJÍ

**VYDĚLAT/UŠETŘIT PENÍZE
UŠETŘIT ČAS
VYHNOUT SE NÁMAZE, STAROSTEM, PROBLÉMŮM
(CHTĚJÍ MÍT KLID A CÍTIT SE V BEZPEČÍ)
VYHNOUT SE FYZICKÉ A PSYCHICKÉ BOLESTI
CHTĚJÍ BÝT MILOVÁNI A OBLÍBENÍ
CHTĚJÍ SE BAVIT A MÍT ZÁŽITKY
CHTĚJÍ BÝT CHYTRÍ A VZDĚLANÍ**

inspirováno Stanislavou Mrázkovou



3 FÁZE TVORBY NEPORAZITELNÉHO PRODEJNÍHO SDĚLENÍ

**FÁZE I.
AVATAR
VĚDOMÍ
NASYCENÍ
STYL
JAZYK EMOCÍ**

**FÁZE II.
20
KROKŮ
SCÉNÁŘE
PRODEJNÍHO
PŘÍBĚHU**

**FÁZE III.
DESIGN
REVIZE
KOREKTURY
TESTOVÁNÍ
MĚŘENÍ**



FÁZE 1: STRATEGICKÁ PŘÍPRAVA

**AVATAR - VÁŠ IDEÁLNÍ KLIENT, KTERÝ VŠE KUPUJE:
KDO POTŘEBUJE TO, CO DĚLÁM?
S KÝM CHCI PRACOVAT, JAK VYPADÁ A CO SI MYSLÍ?
KOLIK MU JE, CO DĚLÁ, KDE BYDLÍ, KDE PRACUJE?
JAKÉ MÁ POTŘEBY, STAROSTI, CO HO OBTĚŽUJE, TRÁPÍ
A ROZČILUJE JE...
CO HO BAVÍ, DĚLÁ MU RADOST, VZRUŠUJE HO, O ČEM
SNÍ, CO SI PŘEJE JE:**



FÁZE 1: STRATEGICKÁ PŘÍPRAVA

VĚDOMÍ

- JAK SI JE AVATAR VĚDOMÝ POTŘEBY VAŠEHO PRODUKTU:

**NETUŠÍ, ŽE HO POTŘEBUJE
(PŘÍBĚHY A PŘÍKLADY)
TUŠÍ, ALE NENÍ SI VĚDOMÝ VELKÉHO PŘÍNOSU
(VÝHODY, PŘÍNOSY, PROFIT)
POTŘEBUJE, ALE NEVÍ, PROČ ZROVNA OD VÁS
(DŮKAZY, SROVNÁNÍ, REFERENCE)
POTŘEBUJE, ZNÁ VÁS, ALE JEŠTĚ SE NEROZHODL
(AKCE, SLEVY)**



FÁZE 1: STRATEGICKÁ PŘÍPRAVA

NASYCENÍ

- JAK MNOHO PODOBNÝCH ŘEŠENÍ A PRODUKTŮ JE NA TRHU:

**JSTE PRVNÍ A UNIKÁTNÍ NA TRHU
TRH ŘEŠENÍ ZNÁ, VZDĚLÁVÁ SE A ROSTE
TRH DOSPĚL A ŘEŠENÍ JE PLOŠNĚ PŘIJÍMÁNO**



FÁZE 1: STRATEGICKÁ PŘÍPRAVA

STYL

- ZPŮSOB, ŽÁNŘ, JAKÝM BUDETE VYPRÁVĚT SVŮJ PRODEJNÍ PŘÍBĚH:

**OTEVŘENÝ DOPIS AVATARŮM
KLUK Z VESNICE A ODHALENÍ TAJEMSTVÍ
ZVLÁŠTNÍ REPORT
MY VS. ONI - PŘIDEJTE SE K NÁM**



FÁZE 1: STRATEGICKÁ PŘÍPRAVA

JAZYK EMOCÍ

- JAKÝM ZPŮSOBEM ZAPOJÍTE DO PŘÍBĚHU EMOCE:

**ZVĚDAVOST
NOSTALGIE, SMUTEK
STRACH, OBAVY
HUMOR, NADHLED
LEPŠÍ JÁ, LIDSKOST, LÁSKA
PŘÁTELSTVÍ, CHARAKTER, AUTORITA**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

MAGNET NA POZORNOST:

"Magnet je ta část prodejního příběhu a marketingového sdělení, která poutá pozornost potenciálního zákazníka a dává mu důvod pokračovat dál ve čtení nebo sledování videa."



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**MAGNET NA POZORNOST:
RUŠÍ MENTÁLNÍ NEZÁJEM - TO ZNÁM/ZASE NĚCO
JE JINÝ, ODLIŠNÝ, UNIKÁTNÍ
PREZENTUJE NOVOU A PŘELOMOVOU VĚC
JE RELEVANTNÍ A OKAMŽITĚ UKAZUJE PŘÍNOS**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**TIPY PRO MAGNET NA POZORNOST:
VĚDĚLI JSTE..? JSTE...? POKUD JSTE...?
SPECIFIKUJTE PROBLÉM / SITUACI / OKOLNOST
ODHALTE NOVOU MYŠLENKU / KONCEPT**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

"Pokud jste majitel firmy, sledujte novou profilovou metodu zvanou Dynamika bohatství, která z průměrného firemního týmu tvoří během půl roku tým super hrdinů."

"Je vám více než 67 a chystáte se do důchodu? Pak je zde revoluční investiční metoda, která zdojnasobí váš důchod do 5 let."



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

1. NADPIS A PODNADPIS

KOMBINACE MAGNETU A VELKÉHO SLIBU
VELKÝ, JASNÝ A ZŘETELNÝ TEXT POUTAJÍCÍ
POZORNOST A INSPIRUJÍCÍ K DALŠÍMU ČTENÍ
KAŽDÝ DALŠÍ NADPIS VTAHUJE ZNOVA DO PŘÍBĚHU
A VEDE KE ZVĚDAVOŠTI A DALŠÍMU ČTENÍ
JEN ČTENÍM NADPISŮ BYSTE MĚLI PRODAT



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

2. OTEVÍRACÍ Odstavec - OTVÍRÁK
KRÁTKÁ, KONKRÉTNÍ, ZVĚDAVOŠT VZBUZUJÍCÍ
ČÁST, KTERÁ VTÁHNE DO PRODEJNÍHO PŘÍBĚHU
“ZA ONĚCH DÁVNÝCH ČASŮ SE...”



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

3. PŘÍLEŽITOST

CO TEĎ PŘED NIMI LEŽÍ ZA PŘÍLEŽITOST
CO SE MŮŽE STÁT, KDYŽ BUDOU POKRAČOVAT
UKAŽTE JAK PŘEMÝŠLET, BUĎTE LÍDREM
PŘEDSTAVTE PŘÍLEŽITOST, KTEROU PŘINÁŠÍTE



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**4. PROBLÉM VS. ŘEŠENÍ
LIDÉ CHTĚJÍ VÝSLEDKY
A CHTĚJÍ JE RYCHLE A BEZ PRÁCE
UKAŽTE A POJMENUJTE BOLEST VAŠEHO AVATARA
UKAŽTE A POJMENUJTE ŘEŠENÍ NA TENTO PROBLÉM**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**5. PŘEDSTAVTE SI...
JAK BY VYPADAL VÁŠ ŽIVOT/PODNIKÁNÍ KDYBY...
JAK BYSTE SE CÍTILI KDYBY...
CO VŠE BY SE ZMĚNILO KDYBY...
KOLIK BYSTE UŠETRILI ČASU/PENĚŽ KDYBY...**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**6. SNADNÉ POUŽITÍ A RYCHLÉ VÝSLEDKY
VYSVĚTLETE A POPIŠTE SNADNOST POUŽÍVÁNÍ
UKAŽTE A DOKAŽTE RYCHLÉ VÝSLEDKY
TECHNIKA PŘED A PO
PROČ TO DOKÁŽÍ I ONI, I KDYŽ TEĎ NEVĚŘÍ**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**7. PROČ VY
PROČ VÁM MAJÍ VĚŘIT
JAKÝ JE VÁŠ PŘÍBĚH A CO MÁTE ZA SEBOU
JAKÁ JE VAŠE KREDIBILITA A POVĚST
PROČ JSTE POVAŽOVÁNI ZA AUTORITU A V ČEM
CO JSTE ZVLÁDLI, DOKÁZALI, NAUČILI SE
VÁŠ OSOBNÍ EXPERTNÍ PŘÍBĚH
ČEMU VĚŘÍTE, ZA ČÍM SI STOJÍTE**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**8. ROZEPIŠTE VÝHODY A VLASTNOSTI
PŘEHLEDNĚ JAKO ODRÁŽKY NEBO TABULKA
VLASTNOST + VÝHODA A PŘÍNOS
MŮŽETE TOTO A TOTO, A PROTO TENTO PŘÍNOS
BUDETE MÍT TOTO A TOTO S TOUTO VÝHODOU
POPIŠTE ČÁSTI, MODULY, CESTU, SEKCE, FUNKCE**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**9. REFERENCE - ŘEKNĚTE, DOKAŽTE, UKAŽTE
PŘÍBĚHY A VÝSLEDKY VAŠICH ZÁKAZNÍKŮ
(TEXT A NEJLÉPE VIDEO)
UKÁZKY, POTVRZENÍ, DŮKAZY
ŽIVÉ PŘEDVEDENÍ, DEMO, VYZKOUŠENÍ
KOLIK POUŽÍVÁ, VIDĚLO, STÁHLO**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**10. UKAŽTE, ŽE JSTE SKUTEČNÍ
INTERNET JE VIRTUÁLNÍ SVĚT
UKAŽTE SE JAKO SKUTEČNÍ LIDÉ
UKAŽTE FOTKY A VIDEA VÁS S VAŠIMI
PRODUKTY A KLIENTY**



ONLINE
ACADEMY
CLUB

FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**11. UDĚLEJTE NABÍDKU
CO JE TO, CO PRODÁVÁTE
JAKOU HODNOTU NABÍZÍTE
A CO VŠE OBSAHUJE
A Z ČEHO SE SKLÁDÁ
A JAK VYPADÁ
A JAKOU FORMOU BUDE DORUČENA**



ONLINE
ACADEMY
CLUB

FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**12. PŘIDEJTE BONUSY
DEJTE BONUS, KTERÝ MÁ HODNOTU CELÉ NABÍDKY
PŘIDEJTE BONUS, KTERÝ NENÍ MOŽNÉ NEMÍT
ROZŠÍŘTE A DOPLŇTE BONUSEM NABÍDKU
DEJTE BONUS, KTERÝ NENÍ MOŽNÉ ZÍSKAT JINDE**



ONLINE
ACADEMY
CLUB

FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**13. UKAŽTE A OBHAJTE CENU
UDĚLEJTE CENOVÉ SROVNÁNÍ
KOLIK TOUTO INVESTICÍ ZÍSKAJÍ A UŠETŘÍ
NE 10.000 ANI 5.000 ANI 1.000 ALE 500 KČ
PŘIROVNEJTE CENU K BEŽNÝM SPOTŘEBNÍM VĚCEM**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**14. UVEĎTE SEZNAM FUNKCÍ A PŘÍNOSŮ
UDĚLEJTE TABULKU VŠEHO CO JE V CENĚ
A DALŠÍ TABULKU SE SHRNU TÍM VŠECH PŘÍNOSŮ
A DALŠÍ TABULKU CO ZPŮSOBÍ PŘÍNOS V ŽIVOTĚ
NEPRODÁVÁTE PRODUKT, PRODÁVÁTE ZMĚNU**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**15. PŘIDEJTE OMEZENÍ
PROČ JE DŮLEŽITÉ JEDNAT TEĎ
OMEZENÝ POČET KUSŮ
OMEZENÝ ČAS TĚTO NABÍDKY
NENÍ TO PRO VŠECHNY, PROČ
JAKÉ ZÁKAZNÍKY CHCEME A JAKÉ NE**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**16. GARANCE A NULOVÉ RIZIKO
GARANCE SPOKOJENOSTI
14 DNÍ VRÁCENÍ PENĚŽ
NAPROSTÉ BEZPEČÍ A JISTOTA**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**17. VÝZVA K AKCI
NYNÍ VÍTE VŠE O TOM, PROČ A JAK TENTO PRODUKT
TRANSFORMUJE VÁŠ ŽIVOT A TAK KLIKNĚTE NÍŽE
NA TLAČÍTKO A VYPLŇTE OBJEDNÁVKU
AŽ OBJEDNÁTE OBDRŽÍTE TENTO EMAIL A PAK...**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**18. UPOZORNĚNÍ
CO SE STANE, POKUD NEPŮJDOU DO AKCE
LOGICKÉ UPOZORNĚNÍ A EMOČNÍ UPOZORNĚNÍ
NÁKLADY A OHROŽENÍ, KTERÉ ZPŮSOBÍ, POKUD
NEPŮJDOU DO AKCE**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**19. PŘIPOMENUTÍ
PS: NEBO INFORMACE "POD ČAROU"
SHRNUTÍ V NĚKOLIKA VĚTÁCH:
PRO KOHO, PROČ, CO ZÍSKAJÍ, PŘÍNOS A AKCE**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**20. FAQ
ODPOVĚDI NA NEJČASTĚJŠÍ OTÁZKY
VYŘEŠTE NÁMITKY A OBVYKLÉ DOTAZY
ROZŠIŘUJTE O KONKRÉTNÍ OTÁZKY KLIENTŮ**



FÁZE 3: FINÁLE

**DESIGN
NEPOUŽÍVAT HLAVIČKU, PATIČKU ANI MENU
VELKÉ NADPISY
VĚTŠÍ ŘÁDKOVÁNÍ A POZOR NA MALÉ PÍSMO
VZDUŠNÉ ODDĚLENÉ SEKCE
GRAFIKA, OBRÁZKY, VIDEA, EFEKTY, 2 FONTY
SKVĚLÝ DESIGN JE TAKOVÝ, KDE NELZE NIC UBRAT**



FÁZE 3: FINÁLE

**REVIZE
PŘEČTĚTE SI TEXT DALŠÍ DEN
ODEBERTE PŘEBYTEČNÉ VĚTY A SLOVA NAVÍC**



FÁZE 3: FINÁLE

**KOREKRUTA
JAZYKOVÁ A GRAMATICKÁ KOREKTURA**



FÁZE 3: FINÁLE

**TESTOVÁNÍ
A/B TESTOVÁNÍ NADPISŮ
KLÍČOVÝCH ČÁSTÍ
CENY**



FÁZE 3: FINÁLE

MĚŘENÍ

**KOLIK LIDÍ PŘIJE NA PRODEJNÍ STRÁNKU?
CO TAM DĚLAJÍ? JAK SLEDUJÍ VIDEO?
KOLIK LIDÍ PROKLINE NA OBJEDNÁVKU A KOUPI?
GOOGLE ANALYTICS, KISSMETRICS, VWO**



ZÁVĚR

**PRODAT A VYDĚLAT VÍCE MŮŽETE
JEN KDYŽ BUDETE MÍT VÍCE KVALITNÍCH
PRODEJNÍCH STRÁNEK**



5 FAST STEPS 5 RYCHLÝCH KROKŮ

**KROK 1: PRO KOHO TO JE A JAKÁ PŘÍLEŽITOST TADY JE
KROK 2: POJMENUJTE, JEJICH PROBLÉMY
KROK 3: MLUVTE O TOM, PROČ TO, CO V SOUČASNOSTI DĚLAJÍ
NEFUNGUJE A NEBUDE FUNGOVAT
KROK 4: ŘEKNĚTE, JAK JSTE OBJEVILI TO, CO FUNGUJE
KROK 5: A JAK A KDE TO ŘEŠENÍ MOHOU ZÍSKAT**



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

**PŘIPUSŤTE, ŽE NEJSTE DOKONALÍ.
UKAŽTE, ŽE MÁTE OPRAVDVOU STAROST.**



3 FÁZE TVORBY NEPORAZITELNÉHO PRODEJNÍHO SDĚLENÍ

FÁZE I.
AVATAR
VĚDOMÍ
NASYCENÍ
STYL
JAZYK EMOCÍ

FÁZE II.
20
KROKŮ
SCÉNÁŘE
PRODEJNÍHO
PŘÍBĚHU

FÁZE III.
DESIGN
REVIZE
KOREKTURY
TESTOVÁNÍ
MĚŘENÍ



3 FÁZE TVORBY NEPORAZITELNÉHO PRODEJNÍHO SDĚLENÍ

FÁZE I.
AVATAR
VĚDOMÍ
NASYCENÍ
STYL
JAZYK EMOCÍ

FÁZE II.
20
KROKŮ
SCÉNÁŘE
PRODEJNÍHO
PŘÍBĚHU

FÁZE III.
DESIGN
REVIZE
KOREKTURY
TESTOVÁNÍ
MĚŘENÍ


