

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

PSYCHOLOGIE, STRUKTURA A OBSAH PRODEJNÍCH STRÁNEK

www.onlineacademy.cz



ONLINE
ACADEMY
CLUB ★★★★★

PROČ LIDÉ NAKUPUJÍ

1. VYDĚLAT/UŠETŘIT PENÍZE
2. UŠETŘIT ČAS
3. VYHNOUT SE NÁMAZE, STAROSTEM, PROBLÉMŮM
(CHTĚJÍ MÍT KLID A CÍTIT SE V BEZPEČÍ)
4. VYHNOUT SE FYZICKÉ A PSYCHICKÉ BOLESTI
5. CHTĚJÍ BÝT MILOVÁNI A OBLÍBENÍ
6. CHTĚJÍ SE BAVIT A MÍT ZÁŽITKY
7. CHTĚJÍ BÝT CHYTRÍ A VZDĚLANÍ

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:

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



FÁZE 1: STRATEGICKÁ PŘÍPRAVA

NASYCENÍ

- JAK MNOHO PODOBNÝCH ŘEŠENÍ A PRODUKTŮ JE NA TRHU:

1. JSTE PRVNÍ A UNIKÁTNÍ NA TRHU
2. TRH ŘEŠENÍ ZNÁ, VZDĚLÁVÁ SE A ROSTE
3. TRH DOSPĚL A ŘEŠENÍ JE PLOŠNĚ PŘIJÍMÁNO

FÁZE 1: STRATEGICKÁ PŘÍPRAVA

STYL

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

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

FÁZE 1: STRATEGICKÁ PŘÍPRAVA

JAZYK EMOCÍ

- JAKÝM ZPŮSOBEM ZAPOJÍTE DO PŘÍBĚHU EMOCE:

1. ZVĚDAVOST
2. NOSTALGIE, SMUTEK
3. STRACH, OBAVY
4. HUMOR, NADHLED
5. LEPŠÍ JÁ, LIDSKOST, LÁSKA
6. 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 zdojnásobí váš důchod do 5 let.”

FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

VELKÝ SLIB VŽDY NA ÚVOD:

- UVEĎTE KONKRÉTNÍ VÝSLEDEK/PROFIT
- UKAŽTE, ŽE ZPŮSOB JE UNIKÁTNÍ/JINÝ
- ŘEŠÍ SOUČASNÝ URGENTNÍ PROBLÉM
- USPOKOJUJE HLUBOKOU TOUHU



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

OTÁZKY PRO VELKÝ SLIB:

- JAKÝ VÝSLEDEK/PROFIT POSKYTUJE VÁŠ PRODUKT?
- JAKÝ BUDE ŽIVOT KLIANTA, KDYŽ INVESTUJE?
- ČÍM UNIKÁTNÍM VÁŠ PRODUKT NAPLŇUJE SLIB?



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

"Sledujte, jak tento unikátní test během 3 minut odhalí vaše dary a vy v sobě ihned objevíte přirozený potenciál, který zatím jen spal."

"Pošlete těchto 5 emailů a sledujte, jak 50% sponzorů volá do vaší kanceláře, aby vám ihned poslali příspěvek."

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 ZVĚDAVOSTI A DALŠÍMU ČTENÍ
- JEN ČTENÍM NADPISŮ BYSTE MĚLI PRODAT



FÁZE 2: PRODEJNÍ PŘÍBĚH

2. OTEVÍRACÍ ODSTAVEC - OTVÍRÁK

- KRÁTKÁ, KONKRÉTNÍ, ZVĚDAVOST 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 UŠETŘILI ČASU/PENĚZ 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



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

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

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 BĚŽNÝM 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 TÉTO 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 PENĚZ
- 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”
- SHRNUÍ 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 PŘIJDE NA PRODEJNÍ STRÁNKU?
- CO TAM DĚLAJÍ? JAK SLEDUJÍ VIDEO?
- KOLIK LIDÍ PROKLINE NA OBJEDNÁVKU A KOUPIÍ?
- GOOGLE ANALYTICS, KISSMETRICS, VWO



ZÁVĚR

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



ONLINE
ACADEMY
CLUB ★★★★★

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

**PŘIPUŠŤTE, ŽE NEJSTE DOKONALÍ.
UKAŽTE, ŽE MÁTE OPRAVDVOVOU 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

