

3 KROKY AKO ZÍSKAŤ VÝBORNE PLATIACICH KLIENTOV



OBSAH

1 SPOZNAJTE, KTO JE VÁŠ KLIENT

2 SPOZNAJTE, KDE SA VAŠI KLIENTI VYSKYTUJÚ

3 VYTVORTE SI PERFEKTNÚ CESTU K SRDCU ALE AJ K ROZUMU VÁŠHO ZÁKAZNÍKA

ÚVOD

3 kroky, ako získať výborne platiacich klientov

Nepoznám podnikateľa, ktorý by netúžil mať kvalitných a na čas platiacich klientov.

Takých, s ktorými je radosť spolupracovať, pretože ste si jednoducho sadli. Vaše vízie spolu rezonujú.

Hovorí sa tomu aj Win - win, čo znamená, že obe strany majú zo spolupráce vzájomnú radosť a úžitok. Aj vlk je sýty, aj ovca celá.

Ibaže v realite by vedeli takýchto zákazníkov na prstoch ruky zrátať. Buď o nich len snívajú, alebo ich majú málo - ako šafránu.

Vraví sa, že výnimka potvrdzuje pravidlo.

Existujú tiež podnikatelia, ktorí sú obklopení úžasnými zákazníkmi - ako kvočka kurencami. Keďže ste si stiahli tento krátky e-book, určite Vás zaujíma, ako sa tým najúspešnejším v biznise darí získať množstvo ideálnych zákazníkov.

Predstavím vám efektívnu **3 krokovú stratégiu** získavania klientov, ktorú používajú moji mentori a tiež ja sama.

1. KROK

Spoznajte, kto je váš klient

Vraj ste to už počuli? Jasné, že áno. V predaji a marketingu sa to neprestajne omieľa. A nie bez dôvodu. Obrovská väčšina ľudí v biznise totiž vôbec nemá presne špecifikovaného ideálneho klienta alebo avatara.

Ved'v realite bude klient vždy odlišný od ideálu. To je síce pravda, ale potrebujete sa na to pozrieť presne z opačného uhla pohľadu. Nehľadajte, čo bude mať ideálny a reálny klient odlišné, ale čo majú spoločné. Ak sa zhodujú aspoň v 30%, už je to zásah do čierneho. Bez toho, aby ste poznali svojho ideálneho klienta budete vždy len strieľať naslepo a čakať, koho a či vôbec niekoho trafíte.

Potom sa nečudujte, že vaše predajné výsledky na konci mesiaca či kvartálu sa ani zďaleka nepribližujú k vašim vysnívaným sumám. A určite zabudnite na tvrdenia typu "Náš zákazník, náš pán." To už dnes neplatí. Nenecháte predsa večne nespokojných ufrflancov, aby vám sypali popol na hlavu. Takže kto je ten váš ideálny zákazník?

Zoberte si pero a papier a napíšte si odpovede na nasledovné otázky.



1. KROK

Predstavte si, že pred vami práve teraz stojí ten ideálny klient s obrovskou sumou peňazí na účte a chystá sa u vás nakúpiť za tisíce €

1.KTO TO JE? MUŽ ČI ŽENA?

2.KOLKO MÁ ASI ROKOV?

3.KOLKO ZARÁBA?

4.KDE PRACUJE? V ČOM PODNIKÁ?

5.MÁ DETI? RODINU?

6.AKÉ MÁ ZÁLUBY A KONÍČKY?

7.ČO JE PREŇHO V ŽIVOTE DÔLEŽITÉ?

8.ČO CHCE DOSIAHNUŤ?

9.ZA ČO RÁD ZAPLATÍ?

10.ZA ČO VÔBEC NECHCE PLATIŤ?

11.AKÉ NÁMIETKY MÔŽEŠ OČAKÁVAŤ?

Ak by ste potrebovali presný návod na určenie ideálneho klienta, tak sa pozrite na môj program Budovanie brandu, kde sa mu venujem podrobne.

2. KROK

Spoznajte, kde sa vaši klienti vyskytujú

Opäť máte dojem, že vám nevravím nič nové? Tak kde sa vyskytujú vaši klienti? Kde ste ich hľadali doteraz? Ako ste ich oslovovali? Stretávajú ich na ulici? V obchode? U kaderničky? Vo fitku? Možno klientov spoznávate na školeniach a seminároch, veľtrhoch alebo biznis eventoch. Alebo ich sledujete na facebooku či instagrame?

Takže, vráťme sa späť k vášmu ideálnemu klientovi a napíšte si:

1.KDE BÝVA? NA DEDINE? V MESTE?

2.KAM RÁD CHODÍ?

3. KROK

Vytvorte si perfektnú cestu k srdcu ale aj k rozumu vášho zákazníka

Čo tým myslím? Koľko zákazníkov u vás nakúpilo na prvý šup, teda že o vás pred tým nemali ani tušenia a hneď, z fleku vytiahli peňaženku a minuli u vás tisíce.

Od prvého zoznámenia k vytvoreniu vášho dlhodobého partnerstva určite uplynie nejaká doba a potrebujete spraviť viacero aktivít.

Ideálny klient je vašim verným zákazníkom a nakupuje u vás pravidelne, nielen raz, náhodou.

Zoberte si jedného alebo aj dvoch vašich aktuálnych klientov a napíšte si jednotlivé kroky ich cesty od prvého kontaktu až do dnes.

3.S KÝM SA STRETÁVA?

4.KOHO SLEDUJE NA SOCIÁLNYCH SIEŤACH?

5.KOHO UZNÁVA? KOHO JE FANÚŠIKOM?

6.KAM CHODÍ DO SPOLOČNOSTI?

Keď si zodpoviete na tieto otázky, hneď vám bude jasnejšie do ktorých rybníkov sa vybrať na lov. Či na zjazd motorkárov, na tréning osobnostného rozvoja alebo do facebookovej skupiny pre mladé mamičky.

V každom prípade sa nespoliehajte len na jeden zdroj kontaktov.

Nájdite si minimálne tri a kombinujte online a offline, teda stretnutia naživo.

1.KDE A AKO STE SA SPOZNALI?

2.AKO STE HO PO PRVÝKRÁT OSLOVILI?

3.KOĽKO KRÁT STE SA ROZPRÁVALI PRED TÝM NEŽ PRVÝKRÁT NAKÚPIL?

4.AKÉ POCHYBNOSTI A NÁMIETKY STE MU MUSELI ROZPTÝLIŤ?

ZÁVER

A aké budú vaše odpovede, keď si predstavíte svojho **ideálneho zákazníka**, ktoré ste si určili v prvom kroku?

A čo teraz, keď už toto všetko viete a vypracovali ste si odpovede na všetky otázky?

Začnite **oslovovať** a **získavať** svojich výborne platiacich klientov. Kontaktujte ich, argumentujte, rozptyľujte pochybnosti a hlavne **predávajte**.

To všetko sa ale nedá zmestiť do jedného e-booku. Bola by z toho poriadna kniha. Zatiaľ nepoznám nikoho, kto by sa naučil predávať za tisíce € iba čítaním kníh. To chce **prax, skúsenosti a hlavne tréning**.

Presne pre tých, ktorí túžia maximalizovať svoje predaje a zisky, ktorí chcú preraziť pomyselný strop a posunúť sa na **vyšší level**, onedlho spúšťam **HIGH TICKET CHALLENGE** online.

Počas **troch dní** sa pozrieme na to, ako predávať produkty a služby za tie najvyššie ceny. Všetko potrebné sa dozviete [>>na tomto odkaze](#)

Základy už máte pripravené. Verím, že spravíte aj ďalší krok k úspešnému predaju a uvidíme sa v **High ticket challenge**.

S láskou,

NAT

