

Recruiting

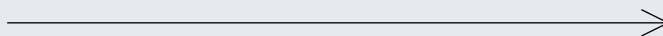
PREDAJNÝ SYSTÉM

+

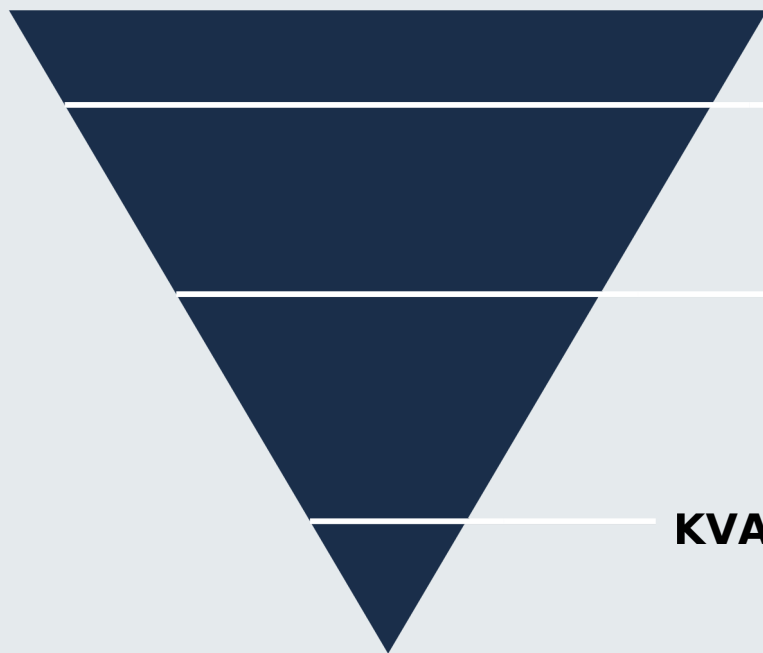
ŠTATISTIKA

+

HYPE



PREDAJNÝ SYSTÉM



HYPE / KVANTITA

KVALIFIKÁCIA

KVALITA

PREDAJNÝ SYSTÉM

PREDAJNÝ SYSTÉM-DETAIL



1. AKTÍVNE HĽADANIE ĽUDÍ

Tu si človek hľadá kontakty sám.

Príklady:

- oslovovanie známych
- odporúčania od spokojných zákazníkov
- sociálne siete
- networking
- podujatia a stretnutia
- komentovanie a komunikácia v skupinách

✓ Výhoda

Okamžite môže začať každý.

✗ Nevýhoda

Vyžaduje čas a osobnú aktivitu.

"Ja hľadám ľudí."

2. TVORBA PUBLIKA A SELEKCIA

Tu už človek nehľadá jednotlivcov. Buduje si publikum.

Príklady:

- pravidelné videá
- príspevky na sociálnych sieťach
- budovanie osobnej značky
- skupina na Facebooku
- Telegram komunita
- newsletter

Ľudia začnú sami sledovať obsah a postupne sa rozhodujú, či ich téma zaujíma.

✓ Výhoda

Vyššia dôvera a kvalitnejšie kontakty.

✗ Nevýhoda

Výsledky neprídu za týždeň.

"Ľudia začínajú nachádzať mňa."

3. AUTOMATIZOVANÉ ZÍSKAVANIE KONTAKTOV

Najsofistikovanejší spôsob.

Funguje takto:

Reklama → formulár → kontakt → automatická komunikácia
→ prezentácia → registrácia

Príklady:

- Facebook reklama
- Instagram reklama
- landing page
- lead magnet
- email marketing
- automatické follow-up sekvencie
- funnel

Človek nemusí každý kontakt hľadať ručne.

✓ Výhoda

Veľký objem kontaktov.

✗ Nevýhoda

Vyžaduje systém, vedomosti
a často aj rozpočet.

"Systém privádza ľudí ku mne."

JEDNODUCHÝ PREDAJNÝ SYSTÉM

1	DOZVIE SA O TEBE
2	VZNIKNE PREPOJENIE
3	DOSTANE NIEČO
4	ZAÚJME HO PONUKA
5	VÝSLEDKY
6	NEODOLATEĽNÁ PONUKA
7	FOLLOW UP
8	NAKUPUJE
9	LOJALITA

NEODOLATEĽNÁ PONUKA

4 kľúčové otázky:

- Prečo práve táto téma?
- Prečo práve JA?
- Prečo práve toto a nie niečo iné?
- Prečo práve teraz?

- ČO NEMUSÍ
- PRE KOHO ÁNO, PRE KOHO NIE
- DEADLINE
- BENEFIT NAVYŠE

KONVERZNÝ OBSAH

- Autoritatívny obsah + edukačný obsah
- Social proof — stotožnenie, posilňuje pozíciu lídra, navyšuje dôveru
- Hovoríme o produkte, referenciách
- Call to action
- Potrebujú sa emočne prepojiť
- Za oponou

CASE STUDY

PREDÁVANIE REFERENCIÍ

ZVLÁDANIE NÁMIETOK

UKÁZAŤ PROCES

AKO FUNGUJÚ SALES CALLY

Oťukávacie cally — nejdeš získať zákazníka, ideš zistiť, či si sadnete.

- Ty vedieš rozhovor
- Môžeme si tykať?
- Čo riešiš a prečo si si zabookoval call?
- Čomu sa venuješ a čo ti na tom prekáža?
- Prečo zvažuješ môj produkt / spoluprácu?
- Čo očakávaš a čo by si chcel dosiahnuť?
- **Málo hovoriť, viac počúvať!!!**

**Keď mám dostatok informácií,
vediem rozhovor: PROBLÉM vs. RIEŠENIE**

- Krátka story (moja alebo klienta) — identifikácia
- 4 dôvody, prečo je toto iné ako čokoľvek vonku
- Buď presvedčivý, potom cúvni
- Daj jasný deadline
- Koľko času potrebuješ na premyslenie?

PREDKVALIFIKÁCIA CALLOV

Urči si, s kým tieto cally chceš absolvovať. Máš možnosť predkvalifikácie — ísť len s horúcimi kandidátmi.

Napríklad:

- 5-minútové video o tebe — tvoj príbeh, projekt, výzva k akcii
- Servítková prezentácia
- Nech si pozrie krátky webinár
- Cally s ľuďmi, ktorí vyplnili dotazník
- Konzultácie za poplatok, ak si veľký produktový expert
- Cally ponúkať len tým, ktorí sú v komunite a prejavia záujem
- Cally studenému publiku — najprv sa opýtaj KVALIFIKUJÚCE OTÁZKY v správe

HYPE U STUDENÉHO PUBLIKA



Pozornosť → Dôvera → Akcia

1. Vyber si jasný problém, ktorý riešiš

Ľudia nekupujú konzultácie. Kupujú riešenie problému.

- "Pomáham podnikateľom získať prvých klientov online."
- "Pomáham ľuďom schudnúť bez drastických diét."
- "Pomáham mužom zvýšiť sebavedomie pri komunikácii."

Čím konkrétnejšie, tým lepšie.

2. Ukazuj transformácie, nie teóriu

Obsah zameraný na: príbehy klientov, vlastné skúsenosti, chyby, ktoré ľudia robia, konkrétne návody.

- "3 dôvody, prečo väčšina ľudí nezíska klientov z Instagramu."
- "Pred rokom som robil X. Dnes robím Y. Toto zmenilo všetko."
- "Klient prišiel s problémom A. Po 30 dňoch dosiahol B."

Takýto obsah vytvára dôveru.

HYPE U STUDENÉHO PUBLIKA



Pozornosť → Dôvera → Akcia

3. Ukáž svoju osobnosť

Ľudia sa často pridávajú ku konkrétnemu človeku, nie k metóde.

Preto zdieľaj:

- svoj príbeh
- názory
- zákulisie práce
- každodenný život súvisiaci s témou

Nemusíš byť kontroverzný, ale mal by si byť rozpoznateľný.

4. Vytvor pocit komunity

Namiesto: "Objednaj si konzultáciu."

Používaj:

- "Budujem skupinu ľudí, ktorí chcú dosiahnuť..."
- "Ak chceš byť pri tom, napíš mi správu."
- "Pridávajú sa ku mne ľudia, ktorí chcú..."

Ľudia sa radi stávajú súčasťou niečoho väčšieho.

HYPE U STUDENÉHO PUBLIKA



Pozornosť → Dôvera → Akcia

5. Daj obsah zdarma, ale nie celé riešenie

Ukáž: čo robiť a prečo to funguje.

Samotnú implementáciu, personalizáciu a stratégiu nechaj na konzultáciu.

6. Používaj sociálny dôkaz

Veľmi silné sú: referencie, screenshoty správ, výsledky klientov, videá klientov.

Ak ešte nemáš klientov: pomôž prvým 3-5 ľuďom za symbolickú cenu alebo zdarma výmenou za referenciu.

7. Vytvor jednoduchý CTA systém

Na konci obsahu vždy jedna výzva:

- "Napíš KOMENTÁR 'INFO'."
- "Napíš mi správu 'START'."
- "Ak chceš vedieť viac, pošli mi 'KONZULTÁCIA'."

Neponúkaj príliš veľa možností naraz.

HYPE U STUDENÉHO PUBLIKA



Pozornosť → Dôvera → Akcia

8. Formát obsahu, ktorý dnes funguje najlepšie

- 60 % krátke videá (Reels / TikTok)
- 20 % osobné príbehy
- 20 % výsledky klientov a ponuka

Každé video začni silným hookom:

- "Nikto ti nepovie toto o..."
- "Najväčšia chyba, ktorú robí 90 % ľudí..."
- "Keby som začínal od nuly, urobím toto..."

Príklad budovania hype okolo konzultácií

Týždeň 1	Zdieľáš problém, ukazuješ riešenia.
Týždeň 2	Ukazuješ vlastné výsledky, príbehy klientov.
Týždeň 3	Oznámiš, že otváraš obmedzený počet miest.

"Na júl otváram 5 miest na individuálnu spoluprácu. Ak chceš pracovať priamo so mnou, napíš 'JÚL'."

— Obmedzená kapacita funguje lepšie ako neustále otvorená ponuka.

HYPE U TEPLÉHO PUBLIKA

Veľa ľudí spraví chybu, že zrazu začne všetkým posielat':
"Ahoj, mám super príležitosť, nechceš sa pridať?"
To väčšinou nefunguje, pretože ľudia cítia predaj.

1. Najprv zdieľaj svoju cestu

Ľudia chcú vedieť: prečo si sa do toho pustil, čo si hľadal, čo ti nefungovalo predtým, aké výsledky vidíš dnes.

Príklad:

"Pred pár mesiacmi som hľadal spôsob, ako vyriešiť X. Vyskúšal som viacero možností, ale až toto mi začalo dávať zmysel. Najviac ma prekvapilo, že... Dnes už vidím konkrétne výsledky a preto sa o to chcem podeliť."

To vytvára záujem bez nátlaku.

2. Ukazuj dôkazy, nie sľuby

Ľudia sú unavení z veľkých tvrdení. Ukáž: vlastné výsledky, skúsenosti, proces, spätnú väzbu od iných.

Namiesto: "Toto vám zmení život."

Radšej: "Toto je konkrétna vec, ktorú som si všimol po 60 dňoch."

HYPE U TEPLÉHO PUBLIKA

3. Použi princíp pozvánky

Nie: "Pod' ku mne."

Ale: "Ak niekoho zaujíma, čo robím a prečo tomu venujem toľko energie, pokojne mi napíšte správu."

— To dáva ľuďom kontrolu.

4. Oslovuj individuálne

Pri teplých kontaktoch fungujú najlepšie osobné správy.

"Ahoj, spomenul som si na teba, pretože viem, že si sa zaujímal o [téma]. Posledné mesiace sa venujem projektu, ktorý mi dáva veľký zmysel. Neviem, či je to pre teba aktuálne, ale ak by si chcel vedieť viac, rád ti ukážem."

Dôležité: bez tlaku, bez manipulácie, bez "musíš sa rozhodnúť dnes".

5. Vytvor sériu príspevkov

1	môj príbeh
2	problém, ktorý riešim
3	výsledok alebo skúsenosť
4	najčastejšie otázky
5	pozvánka na rozhovor

Tak vzniká prirodzený záujem.

ŠTATISTIKA – JE TO O ČÍSLACH

Nepočítaj ľudí, ktorí neodpíšu / neotvorí správu ako potenciálnych. Počítaj len ľudí, ktorí sa skutočne zaujímajú, dostali od teba konkrétne informácie a môžeš ich dosledovať.

- z x konzultácií vznikne ~30 ľudí, ktorí chcú reálne informácie o cene, balíčkoch...

- 8-10 vstúpi
- ostatní vstúpia ďalšie mesiace

Čo môžeš posilať záujemcom, aby sa z nich stali platiaci registrovaní:

- Video s твоjim príbehom + servítkovou prezentáciou (prečo táto firma, produkty, príležitosť, výzva k akcii)
- Pozvánka do komunity s info o produktoch, výsledkoch, účinkoch a oslavách úspechov
- Webinár o celom projekte
- Video s príbehmi ľudí z твоеho tímu
- Video o tom, ako jednoducho si môže zarobiť prvých 500 €
- Porovnanie: tvoja online práca vs. klasická práca (pre zamestnancov, podnikateľov, mamičky)
- EBOOK s твоjim príbehom a riešením pre daného človeka
- Výsledky ľudí v tíme (pomôže mu pri rozhodovaní)