

# Pracovní sešit 3. vysílání

# MAPA

**anatomie milionového koníčku**

**MICHAL JANZA**

**Vítejte v pracovním sešitě. Úlohou pracovního sešitu je pomoci vám zadané věci z tréninku uvést do praxe. Doporučuji si nad každou úlohou**

**sednout a věnovat jí dostatek času.**

**Vytváření a budování povědomí o vašich koníčcích vám jen prospěje.**

Zviditelňováním svých koníčků a prací na nich můžete dosáhnout toho, že vám mohou pomoci v několika věcech.

Nebudou vám brát tolik vašeho volného času.

Nebudou vám brát tolik peněz, kterých máme všichni tak málo.

Nebudete na ně tak úplně sami, pokud budou lidé kolem vás vědět, že něco potřebujete nebo řešíte, takže když někdo něco podobného uvidí někde jinde, dá vám vědět, jestli to zrovna neřeší i váš problém.

Pokud budete pracovat na vašich koníčcích správným způsobem, tak nejen, že vás nebudou stát peníze, ale mohou na svůj provoz i vydělávat nebo dokonce vás mohou i živit.

**Stačí si jen odpovědět na pár otázek**, které spolu s dalšími najdete zde v tomto pracovním sešitě.

**Ta první a nejdůležitější**, na kterou byste měli odpovědět ještě dříve, než budeme pokračovat, z**ní takto:**

**Co jste ochotni začít dělat, abyste dosáhli svého cíle, svého snu?**

Napiš si odpověď …………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….…………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………..……….

**Já ti na tuto otázku odpovím na konci vysílání.**

**S jakým typem činnosti nejvíce plýtvám mým drahým časem?** Značka „přestat dělat“

Co mi bere většinu času a energie, a to vše bez viditelného a měřitelného výsledku prodat mé výrobky nebo mé služby. Prostě posunout se k mému cíli/snu?

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Pokud už dnes vytvářím nějakou hodnotu (to, co přes den dělám, ať už online nebo offline).**  
Jakou hodnou z pohledu toho, jestli mě tato aktivita (hodnota) přibližuje ke stavu, kde chci být za jeden rok, 5 let, za 10 let? (k tvému snu, k tvé vysněné práci atd.)

Ohodnoť činnost na stupnici od 1 až 10 (kde 1 nepřibližuje mne to vůbec, a 10 mílovými kroky)

………………………………………………………………………………………………………………………….……  
**Co musím udělat/změnit, aby to byla 10tka?**

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**A naopak - jaký typ obsahu mě nejvíce posouvá ke svobodě a dostává mě blíže k mému cíli?  
 Značka „začít dělat a pravidelně“**

Dostat lidi blíže k mým produktům a službám, blíže k prodeji**?**

Vyplň jednoduchý kalendář se sedmi kroky, které ačneš dělat pravidelně.

**Malé a často jednoduché kroky, kterými si budu plnit své přání a sny.**

PONDĚLÝ ……………………………………………………………………………………………………………………………….

ÚTERÝ…………………………………………………………………………………………………………………………………….

STŘEDA………………………………………………………………………………………………………………………………….

ČTVRTEK………………………………………………………………………………………………………………………………..

PÁTEK……………………………………………………………………………………………………………………………………

SOBOTA………………………………………………………………………………………………………………………………..

NEDĚLE…………………………………………………………………………………………………………………………………

**Zamyslete se, kolik času/peněz věnujete dnes propagaci vašeho koníčku.**

Stanovte si, co je třeba udělat navíc (nebo přestat dělat), když chcete, aby o vás vědělo více lidí. Tím pádem vás mohlo víc lidí kontaktovat, když budou mít problém, který jim řeší váš koníček. Ať už je to výrobek nebo služba.

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

……………………………………….………………………………………………………………………………………

**Mám povědomí o tom, kdo je můj potencionální zákazník.**

Vím, kdo jsou lidé, kteří u mě nejvíce peněz utrácejí?   
Co jsou jejich důvody ke koupi, proč právě u mě nakupují? Jaké problémy chtějí vyřešit?

**Napiš si, kdo je cílová skupina tvého koníčku (to je dobré, abys mohl začít přemýšlet nad tím, kde se tvá cílová skupina na internetu nebo v offline světě nachází).**

……………………………………….………………………………………………………………………………………

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Vím, co opravdu zajímá mého potenciálního klienta?**

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Kdo dokáže mít největší užitek z mých produktů, nebo komu dokáží nejlépe pomoci?**

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Popřemýšlej nad tím, na jakých místech se zdržuje tvá cílová skupina.**

Např. v jakých FB skupinách, na jakých fórech, kdo má e-mailovou databázi na vaše potenciální klienty atp. (To jsou místa, kde bys mohl propagovat tvůj obsah za určitých podmínek).

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Zamysli se nad tím, co dnes děláš pro získávání kontaktu na zákazníka a co bys měl dělat jinak, abys dosáhl lepších výsledků.**

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Napište si, co všechno si musí člověk uvědomit, aby byl ochoten od tebe nakoupit?**  
Nebo čemu musí uvěřit, aby od tebe nakoupil?

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Promysli si, jak klientovi vysvětlíš důležité věci tak, aby u něho vedly k uvědomění.**

Jaké příběhy nebo přirovnání použiješ, aby si uvědomil vše podstatné?

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Je tvůj výrobek či služba dostatečně atraktivní, aby přitahoval tvé nejlepší**

**klienty?** Pokud ne, tak vymysli 20 nových způsobů jak ho zatraktivnit. Jak ho povýšit, jak ho nabídnout, aby tomu tak bylo. Někdy stačí změnit pouze úhel pohledu, jak se na něj díváme. Hodně napoví i komunikace s již stávajícími zákazníky. Nevinná otázka: jak na vás má služba či výrobek působí, proč jste si ho vlastně koupila? Atd.

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Když si prohlédneš posledních 10 věcí, které jsi udělal pro svůj koníček, vyvolávají v tobě důvěru, že jsi opravdu na správné cestě?** Propagovalo tě to, pomáhalo to, bavilo tě to?

Co uděláš, aby to tak bylo?

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Kdybys měl ohodnotit funkčnost tvých akcí a činností, co děláš s tvými koníčky**.

Propagují tě, vydělávají, jsou lákavé a přitahují zákazníky?

Jaké číslo by sis dal na stupnici od 1 do 10 (kde 1 znamená nefunkční a 10

znamená, že není co vylepšovat). Hodnocení: ……………

Následně si napiš, co uděláš, abys to zlepšil.

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Stanov si, co je třeba udělat navíc (nebo přestat dělat), když chceš lepší výsledky.**

Jakých 5 způsobů propagace budeš od teď aktivně vykonávat?

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Co je důvod, proč si chceš vytvořit druhý příjem do rodiny?**  
**Rozepiš se detailně, protože to je tvoje motivace.**

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

…………………………………….……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………….………………………………………………………………………………………

**Jsou věci, které ale můžete udělat okamžitě po skončení vysílání:**

1) Promluvte si s kolegy v práci a kamarády, jak vnímají vaše záliby.   
Jak vnímají vaše znalosti v oboru vašich koníčků.   
Vědí vůbec, jaké máte koníčky?   
Vědí, že si mohou kdykoliv přijít pro radu v oboru vašich koníčků?

2) Sepište si seznam vašich dovedností a přístupů k vašim koníčkům.

3) Porovnejte vámi vytvořený seznam s tím, co vám řekli ostatní. (Rozdíly vám hodně napoví).

4) Vytvořte si seznam vašich konkurentů či seznam lidí, se kterými byste mohli spolupracovat.

(Nejlépe, když se vaše služby či produkty budou vzájemně doplňovat a budou mít společný směr).

5) Zeptejte se klientů a spolupracovníků, jak na vás přišli a proč s vámi chtěli spolupracovat. (Určí vám správný směr).

6) Stále se zlepšujte a vzdělávejte ve vašem oboru.

**Poznámky:**

**Buďte hrdí na své výsledky**

Sepište si své úspěchy, a čeho jste se svým koníčkem dosáhli.

Popřemýšlejte o tom, co vám pomohlo k největším úspěchům.

Jaká se vám vyplatila vlastnost nebo strategie. Toho se držte a posilujte tyto vlastnosti.

**Představte si výsledek**

Pokud si dokážete představit výsledek, co, kdy a čeho chcete dosáhnout, dokážete i určit, co pro to musíte udělat.

A máte tu výhodu, že pokud víte, co chcete udělat, tak máte možnost si i vyhledat, jak to udělat,   
naučit se jak toho docílíte.

**Určete cílovou skupinu**

Definujte, pro koho by vaše služby či produkty byly nejlepším řešením. A soustřeďte se na to.

Zjistěte si o cílové skupině co nejvíce a pak jim nabídněte vaše řešení jejich problému.

Čím přesněji definujete vaši cílovou skupinu, tím lépe a přesněji můžete určit a zacílit na jejich problémy.

Nejlépe udělejte to, že z jejich potřeb uděláte problém, na který máte řešení.

Veškeré lidské konání se točí kolem potřeb, problémů a jejich následných řešení.

Už před vznikem peněz byl směnný obchod, který také řešil problémy lidí s dostatkem či nedostatkem určitého zboží či služeb. Ten měl to a ten zas tohle a dohromady měli vše.

**MICHAL JANZA**