**Vaše autentická osobní webová prezentace
PRACOVNÍ SEŠIT 1**

**Odešlete do 4.6.2021 na** **w@dreamteam.cz** **je to nezbytné pro úspěšné pokračování!**

**KLÍČOVÁ OTÁZKA: S kým chci spolupracovat?**

**Častá chyba je, že lidé chystají stránku moc obecně pro všechny nebo se snaží vyhovět/vyrovnat „expertům z oboru“, které však oslovit v konečném důsledku nechtějí – jen před nimi nechtějí vypadat hloupě! A tak hovoří jazykem, kterému rozumí experti a nikoli lidé, které by si přáli do týmu!**

Zde začíná vaše červená nit, která se táhne až ke světlu na konci tunelu. Vaše stránka je pro 1 % lidí a budete mluvit přímo k nim. Ostatní teď zůstanou stranou. Klidně si pak můžete udělat verzi stránky B, C, D pro další 1 % lidí, kteří vám také přijdou vhodní pro vás.

Napište níže jméno a email, komu konkrétně pošlete stránku, až bude hotová.

1. Je to osoba, která vám logicky, ze zkušenosti nebo intuitivně **ladí a** **vyhovuje** a je to váš **ideální parťák, spolupracovník nebo klient**,
2. Můžete to být trochu vy před pár lety, nebo si představte někoho kdo vás výborně doplní v tom, co vám chybí.
3. Může to být rovněž někdo ideální **již z vašeho týmu**.
U koho si říkáte: ***mít víc tak skvělých lidí****!*

Jen doporučuji, abyste vše psali tak, jako byste měli někomu konkrétnímu stránku poslat, jako by to byl email. V mém podání by to bylo třeba:

Ahoj Pavle,
jak jsme se bavili, co ještě dělám, mám o tom kratší článek, tak jukni, kdyby tě to zaujalo, tak můžeme víc popovídat:
[www.dreamteam.cz/lukasjuhasz](http://www.dreamteam.cz/lukasjuhasz)

Lukáš

Váš mustr emailu (až za domácí úkol)

**…**

**KOMU POŠLETE STRÁNKU JAKO PRVNÍMU**

**Jméno a příjemní: …**

**Email / telefon: …**

Pohlaví a věk:

Kde žije:

Kde ho mohu potkat nebo potkávám:

**KARIÉRA**

Vzdělání a jeho dnešní obor:

Je z korporátu, z malé firmy, na volné noze, nebo…:

Kde pracuje, v čem podniká a jak dlouho:

**Co** prodává/dělá, **komu** tím slouží a co to lidem přináší:

**FINANCE**

V jakých **Cashflow** kvadrantech se nachází?
Na levé straně **Zaměstnanec, Podnikatel**
Na pravé straně **Majitel byznysu, Investor**

**V jakých číslech žije…**Pokud chce další příjem,
 jaké částky mu již stojí za zamyšlení: …

Pokud bude zákazníkem,
 jaké částky jsou pod jeho rozlišovací schopnost: …

**HODNOTY - Co je základ vaší komunikace? Vyznačte si:**

* **Kariéra a peníze**
* **Zdraví a krása**
* **Péče o rodinu a prostředí domova**
* **Vztahové otázky**
* **Osobní růst**
* **JINÉ?**

**VAŠE SPOLEČNÁ TÉMATA (PRŮNIK ZÁJMŮ):**

O jakém tématu **si rád něco přečte více na webu?**

**Může být také více témat v jednom článku, klíčem je relevance, souvislost.**

*Kariéra, práce, podnikání, vztahy, peníze, vzdělávání, růst, volný čas, zdraví, krása, zkušenosti, sdílení, řešení konkrétního problému, inspirace a tipy na něco nového, zážitky, návod jak dosáhnout něčeho konkrétního…*

1. …
2. …
3. …
4. …
5. …
6. …
7. …
8. …
9. …
10. …

**METAPROGRAMY (STAČÍ SI VYBARVIT, PODTRHNOUT…)**

Z pohledu stylu, umění, technologií a módy je to
**průkopník, inovátor, člověk z davu nebo konzervativec**:

**Ví více než vy** (sám se chce rozhodnout) nebo **ví méně než vy** (potřebuje doporučení):

Je zaměřený více na **fakta** (pojďme k věci) nebo na **lidi** (povídavý):

Vypraví více o **lidech** (oheň, extravert, bavič) nebo **věcech/systémech** (ocel, introvert, systematik, analytik, akumulátor):

Myslí a jedná víc na **sebe** nebo pro **druhé** (pro koho dělá to, co dělá?):

Je více **tvůrčí** (hodě nápadů a nových projektů, hlavu v oblacích, inovace) nebo **pečující** (nohama na zemi, ve správný čas a pravém místě):

Jedná spíše **intuitivně a smyslově** (já to tak ctícím, věřím, ladí mi to) nebo **logicky a racionálně** (vycházím z těchto čísel, dat, má to logiku):

Pracuje v blízkém kontaktu s **lidmi** nebo raději **sám**:

Má raději **jistoty a bezpečí** nebo **svobodu a dobrodružství**:

Je spíš typ **přírodní** nebo **městský** (nejde o bydliště, ale osobnost):

Raději **plní** úkoly nebo je raději **zadává** ostatním:

Miluje **rutinu** nebo **rutinu** nesnáší:

Je spíše ve vnitřním **módu přežití** (bojí se, drží se zkrátka, trpí, hledá cestu) nebo **módu růstu** (všechno jde, je na cestě a život je hra):

Nakolik je **šikovný na technologie** (internet, sociální sítě, mobily):

**Co ho nejvíce frustruje:**

Budeme se zamýšlet, jaké největší strachy a frustrace váš budoucí kolega prožívá v souvislosti s jeho problémem (který spolupráce s vámi řeší).

Několik nápadů (drsné, ale ze života):

* Kvůli své obezitě nikdy nenajdu ženu svých snů
* Pořád se na mě lidé koukají jak na bečku sádla
* Nemůžu se ukázat nikde u vody… kterou tolik miluju
* Bojím se, že mě to bude stát zdraví… začínají mě bolet klouby
* Chci zhubnout, ale nedokážu se vzdát všech těch dobrot
* Už mě nebaví, jak si ze mě lidé pořád “jen ze srandy” utahují

**Co ho nejvíce frustruje, problém, věc, kterou nesnáší:**

1. …
2. …
3. …
4. …
5. …
6. …
7. …
8. …
9. …
10. …

**Co jsou jeho vytoužené cíle a sny, ideální výsledek**

**To, co chci není to, co potřebuji!**

Mám 30 tisíc Kč, které mi přišli navíc. Potřebuji už konečně opravit střechu, protože tam občas zatéká a také nové okapy. Už leta sním o parádním hi-fi systému do baráku, který chci. Co vyhraje? Jak u koho, že?

Zamyslete se, co je v očích vašeho klienta tím nejúžasnějším cílem,

kterého chce v rámci řešení svého problému dosáhnout? “Tohle by bylo

naprosto úžasný, ale nevím, jestli se mi to vůbec někdy podaří.”

Po jakých konkrétních výsledcích touží?

*Tímto cvičením si uvědomíte, že pokud váš klient touží po extra 5.000 Kč*

*měsíčně navíc, nemá smysl prezentovat se jako někdo, kdo z nich udělá*

*milionáře. To ho nezajímá a naopak.*

**Vytoužené cíle a sny, jeho ideální výsledek:**

1. …
2. …
3. …
4. …
5. …
6. …
7. …
8. …
9. …
10. …

**Vyberte TOP 3 - frustraci, problém, věc, kterou nesnáší:**

1. …
2. …
3. …

**Vyberte TOP 3 - přání, úžasný výsledek**

1. …
2. …
3. …

**Magnetický nadpis vaší stránky**

Nyní spojíme předchozí cvičení dohromady a získáme nadpis.

**[Úžasný výsledek] BEZ [věc, kterou nesnáším]**

Příklady:

* Jak rychle setřást 8 kilo tuku bez omezení jídelníčku, díky XY
* Jak si pronajmout krásný byt v historickém centru bez reality a přepálené provize
* Jak přednést řeč, která posluchače uchvátí… bez jakékoliv přípravy
* Jak jsem [výsledek, po kterém touží]… bez [toho, čemu se snaží
* vyhnout]
* Jak můžete… bez…
* Jak můžete… aniž byste…
* Zajímá vás, jak… bez…
* Co kdybych vám řekl, že můžete… bez…

Poznámky:

* Vždy pište konkrétně (**3,8 kila dolů** versus **zhubněte**)
* Nesnažte se do nadpisu narvat vše (stačí “jeden top výsledek”… bez… “1-3 věcí, kterým se chce vyhnout”)
* Nadpisy formou otázky: Zajímá vás, jak…? Jak…?
* Nadpisy s čísly: 3 tajné tipy, jak díky X získat Y a zbavit se Z

**KLÍČOVÝ ÚKOL:**

Vytvořte si dostatek vlastích nadpisů vaší stránky, která je současně článek!

Cílem je nadpis, který zaujme pozornost vašeho člověka, takže odloží svačinu, sociální sítě a bude vám plně věnovat 15 minut své přítomné pozornosti,
protože to bude jak vyšité - o něm a jeho snech a potížích.

1. …
2. …
3. …
4. …
5. …
6. …
7. …
8. …
9. …
10. …

Vyberte TOP 3

1. …
2. …
3. …