**Vaše autentická osobní webová prezentace
PRACOVNÍ SEŠIT 3 - Příprava obsahu**

**Odešlete do 11.6.2021 na** **w@dreamteam.cz** **je to nezbytné pro úspěšné pokračování!**

**Co je základ vaší komunikace s ideálním klientem/partnerem?**

* **Kariéra a peníze**
* **Zdraví a krása**
* **Péče o rodinu a prostředí**
* **Vztahové otázky**
* **Osobní růst**
* **Jiné**
* **Kombinace výše uvedeného (jaká je společná nadřazená kategorie)**

**VAŠE TOP 3 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.**

1. …
2. …
3. …

**VAŠE TOP 3 NADPISY**

1. …
2. …
3. …

**JAKÉ BUDOU MOTIVÁTORY VAŠEHO ČLÁNKU**

Tyto motivátory jsou staré možná jako lidstvo samo, ale platí dodnes. Máme je rozděleny na to, co chceme, čemu se vyhýbáme, ale i sociální motivace.

(OZNAČTE SI JEDEN NEBO I VÍCE A VRACEJTE SE K NIM PRŮBĚŽNĚ!)

**Zvýšit, zlepšit, mít více…**

* Zlepšit zdravotní stav / být zdravější
* Zabezpečení zdravotní péče
* Vydělávat a mít více peněz
* Prožívat, cítit a mít více potěšení
* Prožívat, cítit a mít více pohodlí
* Prožívat, cítit a mít větší komfort
* Získat více volného času
* Více výhod v podnikání, obchodě či ve své profesi

**Ušetřit, snížit nebo redukovat…**

* Ušetřit peníze
* Ušetřit čas
* Ušetřit si práci / pracovat méně
* Nakupovat za velmi výhodné ceny
* Zhubnout, zbavit se nadváhy a tuku v těle
* Snížit riziko / zbavit se rizika
* Usnadnit si / zredukovat domácí práce a údržbu
* Osvobodit se od starostí / zbavit se starostí
* Zbavit se pochybností
* Zbavit se diskomfortu / nepohodlí / bolesti

**Sociální motivátory**

* Zabezpečení ve stáří a v důchodu
* Být IN
* Být sexy
* Osobní prestiž
* Být více oblíbení či populární
* Získat více pozornosti od ostatních
* Získat více pochvaly od ostatních
* Získat více obdivu od ostatních
* Získat více uznání od ostatních
* Zastínit / trumfnout sousedy

**Vaše téma je: …**

Je váš klient/partner v této oblasti - nadšený/spokojený/znuděný/otrávený/nebo?

…

**1. PROBLÉM/SITUACE**:

S jakými problémy a otázkami by se na mě klient/partner mohl obracet nebo se na mě často obrací:

1. …
2. …
3. …
4. …
5. …

**2. ŘEŠENÍ PROBLÉMU/SITUACE:**

Jak pozná, že **má** problém, že se **právě nachází** v dané situaci:

…

Jaké **nebezpečí / náklady / nepohodlí hrozí**, když s tím **nic neudělá**:

…

Jaké jsou **varianty** řešení:

1. …
2. …
3. …
4. …
5. …

Proč má **smysl** problém/situaci řešit a **zabývat se tím** právě nyní:

…

Jaké nástroje / pomůcky / vědomosti jsou k řešení potřeba:

* …
* …
* …
* …
* …

Kolik by to stálo (času, energie, úsilí, peněz), **kdyby se snažil sám**:

…

Kolik to stojí (času, energie, úsilí, peněz), když to **vyřeší se mnou**:

…

Proč je to **výhodnější** spolu se mnou:

…

Jak **rychle** se může jeho situace **zlepšit nebo vyřešit** s mou pomocí:

…

Kolik to bude vyžadovat jeho/její **osobního úsilí/námahy**:

…

Jakou má **záruku** (nebo naopak nemá), že se to podaří:

…

**Kdo další** již situaci s mou pomocí **řeší**/**vyřešil** a jaké jsou jeho **výsledky**:

…

**4. NEBEZPEČÍ – NA CO BY SI MĚL KLIENT/PARTNER DÁVAT POZOR**

**Služby a produkty**

*Prakticky vždy řešíte problém skrze nějaké produkty nebo služby, spolupráce je také služba. I produkt lze chápat jako službu.*

*Služba vždy přináší řešení situace, radost, úlevu, posílení, výhody, pocit…*

*Každá služba má své silné a slabé stránky, výhody a v něčem se liší od dalších variant na trhu. Zde chceme vyzdvihnout ty vaše a být pravdiví.*

V mém článku/profilu se zaměřuji a tuto moji službu:

**…**

Jaké jsou **rozdíly mezi variantami** na trhu a jak je od sebe **rozpoznat**:

…

V čem jsou **silné a slabé stránky** jednotlivých řešení:

…

Jaké má moje služba vlastnosti:

…

V čem spočívá svoboda a **bezrizikovost spolupráce se mnou**:

…

V čem se **liší** řešení podle způsobu **spolupráce**:

…

V čem se **liší** **řešení** podle způsobu **užívání nebo aplikace** služby či produktu:

…

V čem se **liší** **řešení** podle **výrobce**:

…

V čem se **liší** **řešení** podle **vlastností** či **parametrů**:

…

Které **vlastnosti či parametry** jsou **důležité** a které **ne**:

…

**VLASTNOSTI, VÝHODY A BENEFITY (VZOREC)**

Tento vzorec můžete ve svých větách používat pro zvýšení účinnosti vašeho sdělení. Můžete jej zařadit na různá témata opakovaně, volně, jen se držte základního principu. Nepřežeňte to – myslete přitom vždy a reálnou osobu, které to říkáte, na vašeho klienta či parťáka!

Jaké má moje služba **vlastnosti X** (nejlépe unikátní) a díky kterým má **výhody Y**, které umožní **benefity Z (více emoční)**. Jednoduše použijte tento vzorec:

**„Díky X, můžete Y, což vám přinese Z“**

Příklad 1:
*Fakta: Hustota dopravy za posledních 10 let vzrostla 20násobně.
Vzorec: Díky* ***elektropohonu s výkonem 250 kW****, tento vůz* ***zrychlí na 100 km/h za 4 vteřiny****, což vám umožní* ***bezpečně vyváznout z průserů na silnicích****.*

Příklad 2:
*Fakta: Výživová hodnota ovoce a zeleniny za posledních 20 let klesla na třetinu. Deficit přírodních vitamínů se dříve či později může projevit také na zdraví a vaší vitalitě.
Vzorec: Jedna tableta koncentrátu obsahuje* ***přírodní vitamíny jako 3 kg ovoce a zeleniny****, díky tomu vám* ***stačí 1 denně****, aby vaše tělo mělo* ***optimum životně důležitých živin****, které vám umožní* ***cítit se skvěle****, a ještě* ***ušetřit*** *za chemické doplňky výživy.*

Příklad 3: *Fakta: když nevíte jak na to a nemáte žádnou kvalifikovanou podporu, vaše cesta za bohatším a svobodnějším životem bude trvat déle.
Vzorec: Díky Dreamteamu můžete poznat nové lidi, získat stabilní podporu ve formě 20 let zkušeností v podnikání i vztazích a praktických živých i online akcí. To vše vám umožní růst svobodně, rychleji, udržet se na vlastní cestě a dosáhnout vašich osobních cílů s mnohem menší dřinou.*

Příklad 4:
*Fakta: Máte spoustu skvělých zkušeností, ale nemáte je s kým sdílet.
Vzorec: Díky Dreamteamu můžete poznat nové lidi, kteří touží po tom, poslechnout si váš příběh a zkušenosti, můžete se tak aktivně zapojit do týmu, který se chce posouvat k lepšímu životu a pracovat na sobě v podnikání a vztazích, i na pravidelných živých či online akcích. To vše vám dává příležitost být součástí, vystoupit z řady, pomáhat smysluplně ostatním a být opět ve svém živlu.*

**„Protože X, můžete Y a díky tomu Z“
„Díky X, můžete Y, což vám přinese Z“**

V tomto principu, volným způsobem, napište si za domácí úkol:

…

**Výsledky**

Jaké výsledky lze **reálně očekávat** a co jsou jen plané **sliby**?

…

Jak výsledky **měřit** a jak **rozpoznat** špatné od dobrých?

…

Co by neměl nikdo slibovat, protože je to **nereálné**?

…

**Časté potíže**

Kde vznikají časté potíže a proč?

…

Jak si pohlídám, aby u mého klienta/partnera potíže nevznikly?

…

**Záruky**

Jaké záruky bych měl jako solidní partner poskytnout?

…

Jaké záruky jsou nesplnitelné a proč?

…

**Časté otázky a odpovědi**

Jaké jsou nejčastější námitky (otázky a jejich odpovědi):

* …
* …
* …
* …
* …

**Klientova/partnerova vize a co brání jejímu dosažení**

Co touží **dělat** nebo **získat** do budoucna:

* …
* …
* …
* …
* …

Co mu v tom dnes **brání**, proč to ještě nemá:

* …
* …
* …
* …
* …

Jaké další kroky pro to musí udělat:

* …
* …
* …
* …
* …

**5. VÝZVA K AKCI – O BY MĚL KLIENT/PARTNER NYNÍ UDĚLAT**

Jaké informace od něho potřebuji, abych mu pomohl začít řešit situaci:

…

Co **konkrétně** by měl nyní můj budoucí klient/partner udělat

* Poslat formulář z webu
* Zavolat mi
* Někam přijít osobně
* …

Co následně udělám já, jaké kroky
(zavolám mu, napíšu, domluvím schůzku, pošlu ochutnávku?):

…