



Tajomstvá úspešného podnikateľa

Peter Sorger

Znalosti a postupy získavania klientov a objednávok (nielen) z internetu.

Tajomstvá úspešného podnikateľa

Znalosti a postupy získavania klientov a objednávok (nielen) z internetu.



Prehlásenie: Tento materiál je informačným produktom. Akékoľvek šírenie alebo poskytovanie tretím osobám bez súhlasu autora je zakázané a je porušením autorského zákona, ktoré môže byť stíhané. Ďakujem za pochopenie a rešpektovanie tohto prehlásenia.

7 faktov o podnikaní, ktoré by ste mali poznať, ak chcete byť úspešní

K podnikaniu ma priviedla túžba po slobode. Nechcel som pracovať pre druhých, ale na seba, pracovať kedykoľvek a odkiaľkoľvek. Byť pánom svojho času a mať čas na rodinu a šport. A samozrejme **byť finančne nezávislý, môcť si kúpiť to, čo chcem a potrebujem.** I keď priznám sa, som minimalista, nie prehnaný, ale i napriek tomu, že sa mi darí, nekupujem si veci, ktoré nepotrebujem.

Stanovte si ciele

Položte si otázky:

Čo chcete dosiahnuť?

Ako to chcete dosiahnuť?

Často stretávam ľudí, ktorí vlastne nevedia čo chcú. **Treba si určiť ciele.** Mne veľmi pomohlo, keď som si tieto ciele zapisoval. Je dobré ich mať na papieri. Musím ale dodať, že **je potrebné si stanoviť reálne ciele.** Je nepravdepodobné, že za dva mesiace dokážete to, čo iní (tým myslím vašu konkurenciu) dokázali za 10 rokov.

Bud'te so sebou spokojní

Nepreceňujte sa, ale ani nepodceňujte, lebo budete nešťastní.

Snažte sa dosiahnuť svoje ciele, a keď sa vám to podarí, bud'te spokojní a vytýčte si nové. Pokiaľ sa chcete stať podnikateľmi, ktorí majú pred sebou jasný cieľ, nebojte sa ísť do toho. Nedajte sa nikým a ničím odradiť, ani rodinou, či kamarátmi. **Určite sa neriad'te radami tých, ktorí nikdy nepodnikali.** Ak vám niekto povie, že nemáte šancu, neverte mu. Aj ja som mal okolo seba množstvo negatívnych reakcií, keď som začínal podnikáť, ale pokiaľ vydržíte a pôjdete za svojím cieľom, určite to dokážete.

A potom tu je aj druhá strana. **V momente, keď sa začína dariť, hrozí pád do priepasti nenásytnosti a chamtivosti.** V tomto prípade človek nikdy nebude spokojný s tým, čo dosiahol, aj keby zarobil milión. A prečo? Lebo "ten druhý" zarobil dva milióny. Tým nechcem povedať, že nemáte napredovať, ale vyvarujte sa stavu, kedy vás už nič nemôže uspokojiť.

Nebude to vždy ľahké, no bude to stať za to!

Nechcem tu navodiť dojem, že podnikanie je prechádzka ružovou záhradou. Vôbec nie. Za svoje konanie preberáte plnú zodpovednosť. A nie vždy sa všetko podarí, skôr nepodarí ako podarí, hlavne na začiatku. Aj moje začiatky také boli. **Množstvo pokusov a omylov, stále dookola a nehovorím, že tomu tak nie je aj dnes.** Ako sa hovorí: "Kto nič nerobí, nič nepokazí." Spoliehajte sa hlavne na seba, nie na iných.

Ja som prešiel na podnikanie na internete tak, že som si pripravil plán počas zamestnania, že budem buď mať realitnú kanceláriu alebo cestovnú kanceláriu. Zo skúsenosti viem, že treba mať aj záložný plán, ak by nevyšlo jedno podnikanie, tak skúsím druhé. Odišiel som zo zamestnania, totálne som zariskoval, pretože viem, že keď chcete podnikáť, treba sa tomu venovať naplno a pokiaľ popritom chodíte do práce, trvá to všetko dlhšie. Ak by som chodil do zamestnania, určite by som rozbeh podnikania zvládol pomalšie. **Nebolo to vôbec ľahké, keďže som bol živiteľ rodiny a hlavný zdroj príjmu.** Práca realitného makléra skončila skôr, ako začala, a tak som sa rozhodol pre predaj pobytovej na Slovensku.

O predaji pobytovej som toho nevedel veľa, vlastne skoro nič. Spočiatku rezervácie nechodili, ale potom prišla prvá, ktorej sme sa s manželkou veľmi potešili a ja som vedel, že ak prišla prvá, tak príde aj druhá a potom ďalšie.

Sebavzdelávanie vás posunie vpred

Začal som sa zaujímať o podnikanie na internete a v tomto smere som sa aj vzdelával. **Čítal som množstvo kníh, aj motivačných, ktoré mi pomohli prestáť náročné obdobia** a investoval som do kurzov úspešných ľudí, vďaka ktorým som sa dostal tam, kde som dnes.

Na internete týchto kurzov nájdete obrovské množstvo, počnúc našimi marketérmi až po zahraničných. Niektorých z nich poznám, lebo som absolvoval ich kurz a od každého som sa niečo naučil.

Je dôležité neustále na sebe pracovať a vzdelávať sa, pretože konkurencia nespí. Keď sa posuniete o 1 krok, tak konkurencia sa možno posunie o dva kroky. Na začiatku to môže byť o to ťažšie, že vám v danej oblasti budú chýbať skúsenosti a možno aj odbornosť. Aj keď nie ste odborníci, **podnikajte čestne, s dobrými úmyslami, vzdelávajte sa a bude sa vám dariť.** Vyberte si kvalitný produkt alebo službu, aby ste sa vyhli zlým recenziám, ktoré už mnohých podnikateľov doslova “pochovali”.

TIP pre vás: Pokiaľ ste v danej oblasti noví, chýbajú vám dostatočné vedomosti a nepoznáte odpoveď na otázku, ktorú vám adresovali, neodpovedzte nikdy slovom “NEVIEM”. Pri telefonickom rozhovore, v chate alebo v e-maile môžete reagovať napríklad takto:

To je zaujímavá otázka, zistím o tom viac a dám vám vedieť/zavolám vám/napišem vám.

Učte sa od konkurencie

Sledujte úspešnejších, sledujte vašu konkurenciu a učte sa na ich úspechoch a chybách.

1. Premyslite si vaše kroky.
2. Prekonajte svoj strach a začnite konať, nielen o tom hovoriť.
3. Nebojte sa rozumne zariskovať.

4. Nedajte sa odradiť neúspechom.
5. Začnite BUDOVAŤ ZNAČKU.

Čiastkové úspechy sú dobré, dôležité je však dlhodobé budovanie značky.

Rozumné investície sa vám vrátia aj so ziskom

Na začiatku treba vždy investovať viac, aby ste prerazili a musíte byť trpezliví, kým sa vám vaše investície vrátia. SEO, PPC, Youtube, Facebook, Instagram, e-mailing, **vyskúšajte všetko a analyzujte, kde vám reklama priniesla najviac zákazníkov**. Urobte okolo seba "humbuk". Ako to urobil Dedoles. Páči sa mi spôsob, akým robia reklamu a ako vstúpili na trh. Dnes už nie je asi nikto, kto nepozná tancujúcich škrečkov v ponožkách Dedoles.

Dôležité je najmä SEO, teda optimalizácia webstránky pre vyhľadávače, akým je napríklad Google, ktorý je u nás tým hlavným vyhľadávačom. **Cieľom SEO je, aby sa vaša webová stránka zobrazovala na popredných pozíciách vo vyhľadávačoch**. Súvisí s neplatenou reklamou. Stratégie pre SEO vám zaberú viac času, sú pomalšie, ale fungujú dlhodobejšie. Platené reklamy fungujú rýchlejšie, ale akonáhle ich vypnete, tak o vás nebude vedieť nikto. Preto je potrebné mať vypracovanú dlhodobejšiu stratégiu.

Je veľa podnikateľov, ktorí chcú zlepšiť svoju situáciu, ale nie sú ochotní investovať ani cent. Dôležité si je uvedomiť, že zadarmo žiadny návod na zvýšenie vašich tržieb nedostanete. Do marketingu neustále investujem množstvo peňazí. Nie je to len reklama na internete, či sociálnych sieťach, ale aj kurzy, ktoré som zaplatil, aby som sa mohol ďalej vzdelávať. Neočakávajte, že sa v jednom kurze naučíte všetko. Každý kurz ma niekam posunul a niečo nové naučil. **Nikdy neľutujem peniaze, ktoré som investoval.** Nie vždy sa dá všetko predvídať. Preto sa zmierte aj s možnými stratami a budete mať spokojnejšie podnikanie a aj život.

Staňte sa pánom svojho času

Je veľmi dôležité zorganizovať si čas. **Veľa podnikateľov venuje svojmu podnikaniu všetok svoj voľný čas a takýmto tempom to nemôžu dlho vydržať.** Samozrejme, že bez práce sa ďalej nedostanete, ale ak práca pohltí všetok váš voľný čas, môže to narušiť vaše vzťahy s partnerom, či v rodine. Treba si uvedomiť, prečo ste začali podnikáť? Určite ste chceli byť páni svojho času, tak na to nezabúdajte. Vyčleňte si na prácu presne stanovený čas, ktorý dodržiavajte. **Nezabúdajte na svoju rodinu, priateľov, záľuby, či šport. Nestaňte sa otrokom svojho podnikania, podnikanie má zabezpečiť vytúženú slobodu vám.** Držím vám palce, určite sa vám to podarí, keď to nevzdáte.

Webová stránka je váš najlepší zamestnanec

Webová stránka je výklad vášho podnikania a zároveň ten najlepší zamestnanec na svete – dobre nastavený web pre vás pracuje 24 hodín denne, 7 dní v týždni, 365 dní v roku.

Je veľmi zaujímavé sledovať, aké veľké množstvo podnikateľov investuje peniaze do rekonštrukcie prevádzky, do nájmu alebo tovaru, ale **svoju webovú stránku dajú urobiť známemu alebo študentovi** – aby na tom ušetrili. Za pár eur potom získajú stránku, ktorá má množstvo chýb a je urobená doslova na kolene.

Mám rád príslovie „Za málo peňazí málo muziky“ a tu to naozaj platí. **Nezabúdajte, že webová stránka je častokrát prvý (a jediný) kontakt s klientom** - pokiaľ nebude nastavená správne a nenájde všetko potrebné, môžete mať aj ten najlepší produkt na svete – nikto si ho nekúpi.

Webová stránka je často váš prvý kontakt s klientom – pokiaľ nebude nastavená správne a klient nenájde všetko potrebné, môžete mať aj ten najlepší produkt na svete – málokto si ho kúpi.

Ako si aj začínajúci podnikateľ môže vytvoriť kvalitný web?

Webová stránka je investícia, z ktorej budete ťažiť dlhé roky. Právom si teda zaslúži dostatok pozornosti. Ako to ale vyriešiť, keď najmä v začiatkoch podnikania nie je dostatok prostriedkov na zaplatenie drahej webovej stránky na mieru?

1) Využite otvorené systémy na tvorbu webových stránok, jeden z **najznámejších je určite Wordpress**. Pomocou šablón a základných návodov dokáže dostatočne dobrý web vytvoriť aj laik. A za veľmi priaznivé ceny. Systémov pre web stránky je veľa a ja v mojich kurzoch ukazujem, podľa čoho si vyberať, aby ste s ním dosiahli to, čo potrebujete.

2) Vyhradte si dostatok času na štúdium a skladanie webu metódou pokus – omyl. Táto možnosť je pre vás zaujímavá v prípade, že nie ste pod časovým tlakom a máte aspoň základné technické zručnosti. **Nie je to ale univerzálna rada ako si postaviť kvalitný web.** To, čo by šikovný programátor zvládol vytvoriť za týždeň vám potrvá niekoľko mesiacov. Nevravia o tom, že výsledok vašej práce je neistý, kým pri programátorovi získavate okamžite istotu, že výsledná webstránka bude spĺňať základné kvalitatívne parametre. **Zvážte si, či to nie je pomer, za ktorý sa oplatí priplatiť.** Nebojte sa ostatným ľuďom platiť za prácu, v ktorej sú lepší ako vy.

Nebojte sa ostatným ľuďom platiť za prácu, v ktorej sú lepší ako vy.

Keď s ich pomocou dokážete vytvoriť niečo ziskové, začína platiť jednoduchá matematika: čím viac investujete, tým viac zarobíte.

Predstavte si, že máte systém, ktorý vás síce stojí napríklad 5 000 €, ale dokáže vám zarobiť 6 000 € = ste 1000 € v pluse. **Ak je raz niečo ziskové, je jedno koľko vás to stojí – čím viac do toho dáte, tým viac zarobíte.**

Toto je základný mechanizmus, ktorý je výhodné si osvojiť. Najmä v začiatkoch podnikania môžete mať rešpekt pred investovaním väčšej sumy. Je to úplne prirodzené. V mojich tréningoch preto ľudí učím, ako si postaviť dobrý web za pár eur a dokázať s ním skvelé veci.

Väčšinu menších podnikaní je možné postaviť na systémoch s predpripravenými šablónami.

Vďaka môjmu dlhoročnému online podnikaniu som mal a mám veľké weby vytvorené programátormi i weby malé, pre menšie podnikania. Pomáhal som množstvu malých i veľkých podnikateľov s tým, ako úspešne predávať na internete. Mám skúsenosti i čísla. Dokážem vás celým procesom bezpečne previesť. A viem vám povedať, aké sú najčastejšie chyby, ktorých sa musíte vyvarovať.

Niektoré z chýb, ktorými si pochováte svoje online podnikanie

Mnoho podnikateľov sa ponáhľa čo najskôr spustiť reklamu na svoj web – chcú predávať. **A tak začnú investovať do reklamy oveľa skôr, ako je ich webová stránka naozaj pripravená.** A potom sa čudujú, že to nefunguje podľa predstáv.

CHYBA Č. 1

Nikdy neinvestujte do reklamy pre web, ktorý nemáte správne nastavený.

Vaša webová stránka musí byť na nápor potenciálnych zákazníkov pripravená. **Dnešná doba je rýchla, pokiaľ človek do pár sekúnd nenájde to, čo potrebuje, odchádza nakupovať ku konkurencii.** Medzi niektoré z chýb, ktoré podnikateľov oberajú o zisk na internete patria:

- Webová stránka je pomalá, alebo sa ani nenačíta.
- Nie je prispôsobená pre mobil/tablet.
- Neukazuje sa správne na všetkých prehliadačoch.
- Má zlý obsah.

Investovať do reklamy začnite až vtedy, keď ste si istí, že vaša webová stránka funguje a je nastavená správne.

CHYBA Č. 2

Sociálne siete sú výborný predajný kanál, na všetko ale nestačia.

Sociálne siete ako Facebook, Instagram a iné zažívajú v posledných rokoch obrovský boom. Pomerne rýchlo si tam viete získať širokú klientelu, objednávky i priestor na tvorenie komunity. Preto sa niektorí podnikatelia rozhodli (a odporúča to dokonca aj pár marketérov) skladať svoje podnikanie iba na sociálnej sieti.

Hoci sa to na prvý pohľad môže zdať ako šikovné a jednoduché riešenie, pri ktorom dokonca aj ušetríte, nedajte sa oklamať. Realita býva iná.

Sociálne siete sa riadia svojimi vlastnými pravidlami, pokiaľ ich nedodržiavate, celý profil vám vymažú alebo zablokujú. Nevravia o tom, že **váš úspech na danej sociálnej sieti závisí od jej obľúbenosti** – akonáhle skončí a ľudia sa presunú inam, skončí aj vami budované podnikanie.

Preto sociálne siete využívajte na budovanie komunity a získavanie zákazníkov, ktorých ale vždy budete smerovať priamo na váš web.

CHYBA Č. 3**Priestor na vašej web stránke slúži na propagáciu vašich produktov, nie iných**

Reklamy a reklamné bannery, ktoré odkazujú na rôzne iné web stránky, nepatria na web stránku majiteľa, ktorý niečo predáva alebo ponúka. **Majiteľ stránky môže takouto reklamou získať nejaký príjem, ale ten je minimálny, pravdaže to záleží od návštevnosti.** Takéto reklamy patria na rôzne blogy a informačné stránky, ktoré nič nepredávajú.

Nepatria na weby, na ktorých sami niečo predávate.

Šikovná konkurencia to môže rýchlo zneužiť. Aj mne sa v minulosti podarilo zobrazovať reklamu na moje podnikanie na stránke konkurencie. To isté môže urobiť vaša konkurencia aj vám.

5 vecí, ktoré robia majitelia úspešných webov

1) Keď nedostanú objednávku, získajú aspoň kontakt

Nie vždy zákazník nakúpi hneď pri prvej návšteve vašej web stránky. Niekedy potrebuje dve, tri a niekedy až desať návštev, kým sa rozhodne.

Zároveň je ale jeho prvý kontakt s vašou spoločnosťou ten najdrahší.

Dobří podnikatelia toto vedia a robia všetko preto, aby klienta nestratili. Ak nenakúpi, zoberú si aspoň jeho e-mail, prípadne naňho pomocou remarketingu zacielia reklamu. **Práca s už existujúcim zákazníkom, ktorý má s vami dobrú skúsenosť a dôveruje vám je jednoduchšia** ako neustále získavanie nových zákazníkov.

2) Neboja sa hackovať konkurenciu

Čo znamená hackovať? Odkukať, inšpirovať sa. Nemusíte znovu vymýšľať koleso. Nebojte sa inšpirovať u konkurencie, ktorej sa darí. Neznížte sa ale k bezduchému kopírovaniu. **Každé podnikanie potrebuje vlastnú esenciu jedinečnosti.**

3) Vedia, že menej je viac

Minimalizmus mám rád v živote a myslím si, že **svoje miesto má aj v podnikaní**. Na rozbehnutie vám stačí využiť šablónu webovej stránky (napríklad spomínaný Wordpress), prípadne sa s grafikom dohodnúť na návrhu graficky jednoduchej, peknej stránky.

Nesnažte sa ohúriť pestrofarebným dizajnom, lesklými nápismi alebo animovanými obrázkami. **Jemný web ešte nikdy nič nepokazil**, zákazníci sa môžu viac sústrediť na obsah. Snažte sa držať niekoľkých pravidiel:

- Zachovajte jednoduchosť a prehľadnosť.
- Nebojte sa stavať na pekný, ale jednoduchý dizajn.
- Vytvárajte jedinečný a pútavý obsah.
- Nebojte sa využiť pomoc profesionála a zaplatiť za vytvorenie stránky, ak je to pre vás príliš náročné.

4) Využívajú funnely vtedy, keď dokážu zarobiť

Weby môžeme podľa spôsobu predaja rozdeliť na dva typy. **Dobří podnikatelia vedia, kedy ktorý využiť**, prípadne používajú ich vhodnú kombináciu:

- Klasický web – má štandardné menu, ako napríklad náš web www.sorger.sk. Hodí sa pre predaj množstva produktov alebo pre rôzne blogy, informačné stránky, weby úradov, prezentačné stránky firiem a podobne.
- Funnel – je špeciálny typ webu, **ktorého cieľom je iba získať kontakt/predať**. Nemá menu, iba jednu stránku z ktorej sa človek nemôže prekliknúť inam. Funnely perfektne slúžia na rýchle získanie klientov, objednávok alebo kontaktov. Ich miera konverzie je veľa krát viac ako 30 aj 40%. Pre vysvetlenie, čo je konverzia: je to nastavený nejaký cieľ, napríklad zanechanie e-mailu a teda zo 100 ľudí zanechá na seba kontakt 30 alebo 40 ľudí.

5) Úspešní podnikatelia vedia, že úspešný biznis stojí na nich

Toto je posledný bod, neznamená ale, že je najmenej dôležitý. **V podnikaní (ale aj v živote) máme často pocit, že musíme každému problému nájsť vinníka.** Ak ste vďaka tomuto článku našli na svojej webovej stránke chyby, nehnevajte sa na svojich programátorov. Robia iba to, čo ste im zadali. Niekedy stačí opraviť iba pár drobností a môžete pekne pokračovať.

Nerobte chybu, že budete neustále prechádzať od jedného programátora k druhému, neustále opakovať po konkurencii a platiť kopu peňazí. **Každé podnikanie vždy stojí na vás a na tej esencii, ktorú doňho ukryjete.** Nemusí byť dokonalé. Ale musí byť jedinečné.

Bezplatné stratégie pre váš online biznis

Nič v živote nie je zadarmo. **Aj keď za niečo neplatíme peniazmi, platíme inak – najčastejšie časom.** Čas je tá najvzácnejšia komodita, ktorú máme a tak málo ľudí si jeho hodnotu naozaj uvedomuje. Úspešní ľudia svoj čas využívajú na tvorenie, učenie sa, inšpirovanie a hľadanie. A vidieť to i na tom, ako trávajú svoj čas na internete.

- Neúspešní ľudia trávajú čas rolovaním sociálnych sietí, čítaním bulváru a klebiet. A čoraz častejšie sa k tomuto pridáva aj písanie negatívnych komentárov na sociálne siete.
- Úspešní skúšajú a tvoria obsah. Učia sa, inšpirujú. Robia, konajú. Dávajú veci do praxe.

Predstavte si, že obe skupiny trávajú na internete rovnaký počet hodín. Kto bude spokojnejší a bude mu podnikanie lepšie fungovať?

Čo je naozaj zadarmo?

Keď sa povie bezplatné stratégie, väčšina ľudí si predstaví, že nemusí robiť a ani platiť nič. **Je dôležité si uvedomiť, že bezplatné stratégie vás síce nestoja peniaze, ale stoja vás čas** – musíte tvoriť obsah, videá, fotiť, písať texty. Budovať cestičky, vďaka ktorým si ľudia nájdu váš web a rozhodnú sa nakúpiť.

Čím väčšia webstránka, tým viac ľudí priláka

Veľký web s dobrým obsahom jednoduchšie získa väčšiu prirodzenú návštevnosť ako malý web so zlým obsahom. Malý web s jednou podstránkou, ktorý slúži iba ako vizitka na veľa ľudí nezacielí. Sústreďte sa na svoj web a obsah, ktorý ponúkate – snažte sa ho rozpísať a rozdeliť na viac podstránok. Prečo je to dôležité vám možno napovie tento príbeh.

Príbeh o dvoch cukrároch

Bola raz jedna ulica, na ktorej mali svoje obchodíky dvaja cukrári.

Ten prvý bol síce šikovný, ale nevedel sa predať. **To viedlo k jeho večnej nespokojnosti.** Myslel si, že stačí mať jednoduchú web stránku, na ktorú napísal aké koláče ponúka a kde ho ľudia nájdu.

Druhý cukrár bol tiež šikovný, ale rozhodol sa, že to urobí inak. Vytvoril pekný web, na ktorý pravidelne pridával overené recepty na koláče a torty. Natáčal veselé videá ako vyrába torty, ako urobiť perfektné kysnuté cesto alebo najlepšiu čokoládovú polevu. Predstavil na stránke celý svoj tím, ukázal kuchyňu i jednotlivé prístroje na pečenie a zdobenie. Rád sa tiež delil o spokojné fotky a recenzie od zákazníkov. **Pustil sa do práce, vďaka ktorej sa dostal do povedomia ľudí a najmä si získal ich dôveru.**

A tak to naozaj bolo. Keď ľudia potrebovali koláč alebo tortu, chodili rovno za ním.

Ako tvoriť zaujímavý obsah na svoj web?

Pustite sa do tvorby obsahu na váš web. A ak práve nemáte inšpiráciu, nebojte sa pozrieť na to, ako to robí vaša konkurencia. **Využiť tiež môžete aj Google našepkávač.** Začnite do vyhľadávača písať svoje kľúčové slovo (v prípade cukrára napríklad torta) a sledujte, aké slovné spojenia ľudia najčastejšie vyhľadávajú.

Konkrétny tip:

Ak začnem napríklad do vyhľadávača písať slovo poleva, medzi prvými mi vybehne možnosť poleva na medovníky. Okamžite mám dobrý tip na video alebo článok o tom, ako urobiť dobrú polevu na medovníky.

Po tvorení hodnotného obsahu siahajú aj online giganti ako napríklad Alza. Ich blog je plný tém od výmyslu sveta – presne aj ako je ich e-shop plný sortimentu od výmyslu sveta. **Alza si do blogov šikovne umiestni odkazy na produkty, ktoré by ste mohli v súvislosti s hľadanou témou potrebovať a neplatená reklama je na svete.**

Ak sa im podarí vytvoriť kvalitný článok, ľudia ho na internete zdieľajú a oni majú bezplatnú návštevnosť. **Dobrá článok je niekedy funkčný aj celé roky**, stačí ho iba sem-tam aktualizovať, aby Google videl, že nie je starý a nevymenil ho za nejaký novší.

Pozor ale, hlavnou myšlienkou je tvoriť kvalitný obsah, ktorý rieši problém hľadajúceho. Ak som zubár, píšem články o tom, ako sa starať o chrup. Ak predávam výživové doplnky, píšem o zdravom životnom štýle. Nebojte sa zdieľať to, čo viete.

Prečo to potrebujem?

Bezplatné stratégie rozširujú spôsoby, akými môžete zasiahnuť svojich zákazníkov. A to aj bez mýňania peňazí na reklamu. Bezplatné stratégie pomáhajú budovať vašu autoritu v odbore i dôveru zákazníkov. Pomáhajú preraziť aj v silne konkurenčnom prostredí alebo v krajinách, kde je platená reklama (napr. na Google) veľmi drahá.

Aké bezplatné stratégie poznáme?

Predstavím vám niekoľko z nich:

1. Výmena odkazov alebo niečo za niečo

Dohodnite sa so spriatelenou stránkou, aby pridala na svoj web odkaz na ten váš. Napríklad ako výmenu za nejakú službu. **Nemýľte si to ale so vzájomnou výmenou odkazov** – tie (najmä, ak sú vo veľkom) Google spozná a potrestá penalizáciou.

Konkrétny príklad:

Ak niektorému klientovi pomôžem s reklamou, odmenou môže byť, že dá odkaz na moje služby na svoje webové stránky.

2. Prvé pozície vo vyhľadávačoch Google

Keď si do vyhľadávača zadáte akékoľvek slovné spojenie, ako prvé tri až štyri odkazy sa vám ukážu platené reklamy. Pod nimi sa nachádzajú neplatené odkazy, ktoré Google radí do poradia podľa kvality. **Určite uznáte, že tí, ktorí sú na prvých miestach to majú jednoduchšie ako tí, ktorí sú na dvadsiatej strane.** Dostať sa na prvé miesta neplatených odkazov je jedna z ciest, ako získavať zákazníkov **bez investície do platenej reklamy.**

Je to veľká téma, ktorá je určite minimálne na celý kurz a pracuje sa nej dlhodobo.

Jednou z najčastejších chýb je, že **množstvo ľudí na internete vytvára duplicitný obsah**. Desať e-shopov si od svojho dodávateľa stiahne celý popis produktov. Alebo si skoro všetky cestovky stiahnu rovnaký popis hotela. Tešia sa, aký veľký web si vytvorili, majú veľa podstránok a ako ich Google okamžite dobre zaradí a ľudia dobre nájdu. **Väčšinou sa bohužiaľ mýlia.**

Google pomerne rýchlo zistí duplicitný obsah. Umiestni toho, kto ho mal ako prvý a ostatných vyhodí. Duplicitný obsah môžete využiť pri platených reklamách, pri bezplatnom vyhľadávaní sa vám to neoplatí.

3. Reprezentatívna Facebook stránka

Facebook je dnes v online marketingu veľký hráč. **Vie sa postarať o dobrú návštevnosť i pomerne veľký počet objednávok.** Ak vám biznis funguje, nemusíte sociálne siete používať. Ak ho ale potrebujete zlepšiť, pravdepodobne sa bez nich nezaobídete.

Na Facebooku si môžete zaplatiť reklamu, čo je najrýchlejší spôsob, ako získať objednávky. **V rámci svojej stránky však môžete vytvárať aj príspevky (neplatený obsah).** Ich dosah je oveľa nižší, preto vám nezarobia veľa peňazí, sú však šikovným spôsobom, ako si budovať značku, vytvoriť si komunitu a dať ľuďom vedieť, čo robíte.

Facebook stránka by mala slúžiť ako vaša vizitka. Miesto, kde prispievate kvalitným obsahom. Aby ľudia, ktorí sa dostanú na Facebook stránku napríklad z vašej webovej stránky vedeli, že fungujete, ste aktívni. **Aby ste okamžite vytvorili dobrý prvý dojem.**

Ak sa o Facebook nestaráte, radšej ho nemajte vôbec.

Facebook je silný kanál, nikde sa ale nepíše, že bez neho skrachujete. **Ak nedokážete udržať vašu stránku dostatočne živú a zaujímavú, radšej ju nemajte vôbec.** Nesústreďujte sa na počet lajkov alebo kvalitu odozvy na neplatené príspevky. Honba za lajkami sa veľmi rýchlo môže zvrhnúť až na závislosť, preto vždy pamätajte, že sú iba pre váš dobrý pocit.

Sociálne siete slúžia na budovanie dôvery a komunity. Radšej si svoju Facebook stránku budujte pomaly, ale na pevných základoch. Odporúčam sa vyvarovať súťažiam, ktoré síce zavádzajú tým, že vám rýchlo zvýšia počet fanúšikov, ale nedajte sa oklamať.

Fanúšik ≠ zákazník

Aby súťaž prebehla správne, musíte mať pri nej uvedené pravidlá, ktoré sú schválené samotným Facebookom. V opačnom prípade vám účet môžu zablokovať. **Najväčším problémom súťaží ale je, že lákajú hlavne ľudí, ktorí by u vás nikdy nenakúpili.**

Šikovným kompromisom, ktorý robím aj ja, je robiť súťaže iba pre ľudí, ktorí u nás už nakúpili. O to väčšia je potom pre nich tá odmena.

Facebook stránka teda slúži na prezentáciu vašej práce. **To, čo je fajn, sú Facebookové skupiny.**

4. Facebookové skupiny pre budovanie komunity

Do skupiny sa pridávajú už konkrétni ľudia, ktorí aktívne spoluvytvárajú jej obsah. **Je to tá najlepšia neplatená komunita, ktorej môžete svoje produkty ponúknuť.** Skupina, v ktorej ste stále administrátorom vy – stanovujete pravidlá, pridávate/odoberáte ľudí a môžete i schvaľovať obsah.

Na sociálnych sieťach sa ľudia rozprávajú, zabávajú, hľadajú informácie. Prioritne tam nechodia nakupovať. Práve preto im musíte ponúknuť zaujímavý obsah, ihrisko plné zábavy (vašu skupinu) a pomedzi to sem-tam umiestniť predajný príspevok.

5. Oku lahodiaci Instagram

Instagram je na Slovensku obľúbený najmä u mladšej generácie. **Určený je primárne pre mobil** a je dôležité zdôrazniť, že ide o **vizuálnu sociálnu sieť**. Ľudí musíte zaujať kvalitnými a originálnymi fotografiami.

Na Instagrame si môžete vytvoriť firemný profil (dokonca ho prepojiť s tým na Facebooku), môžete vytvárať propagované príspevky a ak počet vašich fanúšikov presiahne 10 000, môžete do príbehov pridať Swipe up – bezplatný odkaz na váš web.

Instagram ale nie je pre každého. Opäť platí, že radšej mať žiadny profil ako slabý. Instagramu sa jednoducho potrebujete venovať. **Okrem pridávania fotiek je veľmi aktívna aj časť Príbehy, do ktorej pridávate svoje videá/fotky, ale zostanú viditeľné iba 24 hodín.** Sociálna sieť tak ľudí nenápadne rámcuje do toho, aby ju navštevovali niekoľkokrát denne – nemôžu predsa niečo zmeškať!

Pokiaľ dokážete vytvárať kvalitný a pútavý obsah na dennej báze, smelo sa pusťte do Instagramu. **Prirodzený dosah neplatených príspevkov/príbehov je vo všeobecnosti vyšší ako napríklad pri Facebook stránke.**

6. Youtube kanál plný rád a inšpirácie

Ďalší silný kanál, prostredníctvom ktorého môžete budovať dôveru a naozaj širokú skupinu fanúšikov. **Pridávať môžete rôzne návody, rozhovory, videá zo života, zo zákulisia práce a podobne.** Čím viac odberateľov a sledovateľov máte, tým väčšiu masu viete bezplatne zasiahnuť.

Niektorí z vašich zákazníkov si radšej pozrú video ako prečítajú dlhý text. Doprajte im to. Stačí iba zobrať mobil (väčšina moderných telefónov to v pohode zvládne) a pár minút rozprávať o svojom produkte. **Ak máte e-shop s veľa produktami, natočte tie najpredávanejšie.** Na konci videa môžete pozvať ľudí na svoj web, prípadne pod video pridať priamo odkaz na konkrétne produkty.

Veľmi inšpiratívny je v tomto podľa mňa kanál MTB Biker. Neslúži im na predaj, cez videá ľuďom prinášajú rôzne návody. A sú jednými z najväčších predajcov bicyklov na Slovensku.

7. Využite silu Affiliate marketingu

Affiliate marketing je posledná zo silných stratégií. Predstavte si, že ste napísali knihu. Samozrejme ju chcete dostať k čo najväčšiemu množstvu ľudí.

Čo keby o vás napísalo množstvo blogerov, ktorí recenzujú knihy a na svoje stránky by umiestnili špeciálny link na váš web? **Keď by knihu cez ten link niekto kúpil, prišla by im provízia.** Ďalšia skupina by na svoj web umiestnila rôzne bannery a odkazy, opäť so špeciálnym linkom a províziou za predaj.

Viete si predstaviť, ako rýchlo a akú obrovskú masu by ste dokázali osloviť? Systém affiliate úspešne využívame aj pre www.sorger.sk.

Tento zoznam spomína iba niektoré z bezplatných stratégií online podnikania. **Neznamená to ale, že musíte okamžite začať robiť všetko.** My sami sme pre sorger.sk nepoužívali napríklad Instagram a Youtube a i tak sme dokázali vybudovať fungujúce podnikanie.

Začnite postupne. Dajte si dokopy web, povenujte sa Googlu, potom prejdite na Facebook. A netlačte. Ak vám napríklad absolútne nevyhovuje hovorenie na kameru, nemusíte mať Youtube. Ak vám nejde fotenie, nemusíte mať Instagram. **Tvorte radšej na menšom počte kanálov, ale kvalitne.**

Záverečná sumarizácia:

- **Neplatené stratégie sú pomalšie,** trvá mesiace až roky, kým si vybudujete stabilné pozície.

- **Sú necielené**, k vašim článkom sa môže dostať ktokoľvek. Nemusí to byť ale hneď zlé – vás to predsa nič nestálo. Systematickou prácou sa z daného návštevníka môže časom stať váš zákazník.
- Výhodou je, že **sú dlhodobé**. Ak sa im pravidelne venujete, dokážete na pravidelnej báze získať objednávky bez ďalších investícií. My sme napríklad vďaka dlhodobej práci získali dobré pozície pri slovných spojeniach so slovom pobyty – aj po vypnutí reklamy.

Marketingový mix ako základ platenej stratégie

Rozdiel medzi tým, ako sa úspešní a neúspešní správajú na internete, môžeme vidieť aj v spôsobe, akým pracujú s platenou reklamou pre svoj online biznis.

Úspešní si jednotlivé stratégie testujú, porovnávajú a hlavne VYHODNOCUJÚ.

Tí neúspešní si síce reklamu zaplatia, ale ak to náhodou nevyjde, rovno celý systém zavrhnú. A to i v prípade, že je reklama nastavená zle ich vlastnou vinou.

Ako sa k plateným stratégiám postaviť, ak ste začínajúci podnikateľ?

Začínajúcim podnikateľom zvyknem odporúčať, aby **sa nebáli nastavovať si reklamu sami**. Z jednoduchého dôvodu. Ak začínate, máte väčšinou menej financií, ale dosť času. A tento pomer sa oplatí využiť.

Agentúry (alebo freelancery – odborníci na voľnej nohe) sú určite dobré riešenie, najmä na začiatku je však veľmi ťažké rozbiehať vlastný biznis a ešte aj niekoho platiť za nastavenie reklamy. Hovorím to aj z vlastnej skúsenosti.

Keby som mal už od začiatku platiť niekoho na nastavenie reklamy pre www.sorger.sk, určite by som to nerozbehol. **Platiť odborníka sumou 15 – 20 €/hodinu je v začiatkoch naozaj nereálne.**

Preto je výhodné naučiť sa aspoň základy sám.

Naučte sa funkčné a overené základy pomocou kurzu.

Nikdy vám nebudem tvrdiť, že viem všetko. Ale za tie roky v podnikaní som si všetkým prešiel. Dokážem vás naučiť základné veci pre naštartovanie podnikania. Od videí až po reklamu na Google a Facebooku, do ktorej sme už investovali státisíce eur.

Základy, na ktorých budete potom stavať prácu s odborníkom – keď si ho budete môcť dovoliť zaplatiť.

Väčšina ľudí si hneď teraz povie: Ja som amatér, antitalent, ja si nedokážem nastaviť celú reklamu. A ani to robiť nebudem. **A toto je presne ten moment, ktorý väčšinu oddelí od tých, ktorí nakoniec uspejú.**

Úspešní ľudia si vyhrnú rukávy a pustia sa do toho.

Prečo jednému stratégie fungujú a druhému nie?

Podme sa na začiatku pozrieť na niekoľko vecí, ktoré úspešní podnikatelia robia predtým, ako spustia platenú reklamu. Tu je niekoľko príkladov:

- **Ponúkajú dobré produkty/služby** – ak raz nemáte dobrý produkt alebo neponúkate kvalitnú službu, môžete mať aj ten najlepší marketing na svete. Nebude to fungovať.
- **Majú správne nastavenú webstránku** – toto sme už spomínali. Dobrá reklama musí ľudí odkázať na dobrú webovú stránku. Sústreďte sa na to, aby sa vaša webová stránka rýchlo načítavala, bola prispôbená aj pre mobil/tablet a rôzne prehliadače, a aby mala kvalitný obsah.
- **Majú tovar skladoom alebo ho vedia rýchlo dodať** – toto platí najmä pre tovar, ktorý sa predáva na ďalších desiatich weboch. Pri silnej konkurencii musíte klásť dôraz na cenu a rýchlosť. Pomalšie dodanie môžete čiastočne vykompenzovať kvalitným zákazníckym servisom a recenziami. Vďaka nim ľudia uvidia, že sa u vás oplatí nakupovať.
- **Reklamu merajú a vyhodnocujú** – ak toto nerobíte a hodnotíte iba podľa dojmu, nikdy skutočne neviete, či sa vám daná reklama oplatila. Na sledovanie úspešnosti reklamy existuje množstvo nástrojov – napríklad bezplatný Google Analytics – pomocou neho môžete sledovať nielen návštevnosť vašej stránky ale aj to, koľko sa na nej ľudia zdržali a koľko % odišlo. Štatistiky vám okamžite ukazujú to, kde sa musíte zlepšiť. Nezľáknite sa toho, aj ja dodnes používam iba najjednoduchšie prehľady.

- **Podporujú ziskové reklamy** – investujete sto eur a zarobíte dvesto. To je taký najzákladnejší ziskový model. Niekedy ale z investovaných sto eur zarobíte iba stodvadsať alebo stopäťdesiat, niekedy sto a i to je v poriadku. Nebojte sa trošku nechať viesť aj svojim pocitom a rovnako si dajte trošku času (a peňazí), aby ste si dokázali vytvoriť dostatok dát pre štatistiku. Potom je už rozhodovanie jednoduché – to, čo nefunguje vypínate, to, čo je ziskové spúšťate. Spozornieť treba iba v prípade, že do reklamy vložíte stovku a nezarobíte nič. To už treba začať zisťovať, kde je problém.
- **Majú dobré cielenie** – cieľia na presné skupiny ľudí alebo konkrétne kľúčové slová. Ak raz predávate motorové píly, vaše kľúčové slovo pre Google nemôže byť kosačky. Ak predávate granuly pre psa, vaša cieľová skupina ľudí sú psíčkari.
- **Využívajú silu remarketingu (Google) a retargetingu (Facebook)** – aj vy ste sa už možno stretli s tým, že ste si na internete hľadali napríklad biele tričko. Našli ste si e-shop, možno ste tričko dokonca aj vložili do košíka, ale nakoniec ste nenakúpili. Možno ste si povedali, že ešte počkáte alebo vás niečo vyrušilo. E-shop ste zavreli a išli ďalej. Tričko sa vám ale zrazu začalo ukazovať všade – na rôznych stránkach, blogoch, pri rolovaní Facebooku. Znovu a znovu. Doslova vás naháňalo po internete. A vy ste si uvedomili, že áno – veď toto tričko som si chcel/a kúpiť. Tak presne toto je remarketing/retargeting. Veľmi šikovná vec, ktorá zobrazuje reklamu ľuďom, ktorí už u vás boli, ale nenakúpili. Je to veľmi dobrá metóda.
- **Vybudujú ziskový biznis a až potom budujú vlastný brand (značku)** – všetky spôsoby reklamy, ktoré sme doteraz spomínali majú jediný účel – priniesť zisk. Existujú však aj reklamy, ktorých ziskovosť nemá zmysel merať. Ich účel je budovať vašu značku a jej povedomie u širokej masy ľudí. Napríklad dnes každý vie, že

Apple = počítače a mobily, Ikea = nábytok a Martinus = knihy. Siahnite po takejto reklame až vtedy, keď váš biznis dobre funguje a ešte stále zostáva dostatočný finančný obnos, ktorý môžete investovať do reklamy, ktorá má zvýšiť povedomie o vás – budovať vašu značku. Sú to napríklad bannery pri ceste alebo reklama v rádiu/televízii a podobne.

Aké systémy môžete využívať na platenú reklamu?

Google reklama – pomocou nástroja Google Ads si môžete nastavovať a vytvárať reklamy na Google, prípadne spravovať remarketing. Viete si tu nastaviť i reklamu, ktorá sa bude zobrazovať na Youtube pred spustením samotného videa alebo bannerovú reklamu, ktorá sa bude zobrazovať na rôznych stránkach/blogoch tretích strán.

Facebook Business Manager – systém, v ktorom môžete spravovať svoju reklamu na Facebook. Ponúka široké spektrum nastavení, cielenia i optimalizovania. Na Facebooku sa potom takéto príspevky zobrazujú medzi štandardnými príspevkami od priateľov a zo skupín s jediným rozdielom – sú označené ako Sponzorované. Business Manager je trochu technicky náročnejší, veľa ľudí preto propaguje iba priamo konkrétne príspevky.

Email marketing – paradoxne ešte i dnes podceňovaný platený nástroj. Iba málokto ho dnes má a aj reálne používa a to aj napriek tomu, že stále ide o veľmi silný kanál. Vždy by ste sa od návštevníka vašej stránky mali získať aspoň niečo – keď nie objednávku, tak aspoň e-mail – kontakt, pomocou ktorého sa s ním budete môcť opäť spojiť. **Okrem klasických formulárov na odber sa používajú rôzne magnety, ktoré sa snažia získať e-mail od klienta výmenou za obsah.** Email marketing nie je v online svete žiadna novinka, dnes ho vďaka šikovným

plateným systémom viete prepojiť s webstránkou a rozosielať svojim zákazníkom/fanúšikom hromadný mail. Medzi najznámejšie patrí Mailchip, Ecomail alebo SmarEmailing.

3 tipy: Čomu by ste sa radšej mali vyvarovať

Nikdy nezaplatte niekomu, aby rozposlal spam s reklamou na vás. Vždy si kontrolujte, kde sa meno vašej firmy objaví. Rozoslanie reklamy nešpecifikovanej (aj keď veľkej) skupine ľudí sa neopláca.

Nekupujte databázy kontaktov. Ak má niekto cukráreň, reklamou by mal cieľiť na ľudí, ktorí majú radi zákusky a radi pečú. Ak svoje služby rozpošlete medzi skupinu sto tisíc ľudí, v ktorej sú študenti, inžinieri, manažéri, mamičky na materskej i dôchodcovia, zbytočne vyhodíte peniaze. Neposielajte svoju reklamu ľuďom, ktorých to nezaujíma.

Neinvestujte hneď v začiatkoch do reklamy na všeobecných webstránkach. Niektoré silné spoločnosti ponúkajú na svojich weboch reklamný priestor – napríklad markiza.sk, joj.sk a podobne. Opäť ale ide o nešpecifikované cielenie s malou úspešnosťou predaja. Po tomto spôsobe treba siahnuť v prípade, že máte voľné financie a chcete budovať meno svojej značky.

Záverečná sumarizácia:

- Platené reklamy **sú krátkodobé**.
- **Fungujú iba vtedy, keď ich platíte**. Akonáhle platiť prestanete, zmiznete.
- Na druhej strane ale **nemusíte čakať celé mesiace/roky**, kým sa dostanete medzi ľudí alebo prepracujete na prvé priečky v Google.
- **Sú rýchle**, už za pár minút môžete konkurovať aj tým najsilnejším vo vašej oblasti.

Trošku inšpirácie – čím všetkým sa dá na internete zarobiť

Klasické webstránky poznáme všetci. Je to napríklad naša stránka www.sorger.sk na ktorej predávame pobyty. Klasickou webstránkou je aj e-shop, napríklad www.izlato.sk na ktorom si môžete kúpiť šperky od výmyslu sveta.

Potom existujú weby, ktorých úlohou je poskytnúť potenciálnym zákazníkom základné informácie – napríklad prezentačné weby autoservisov, opráv, stavebných služieb, advokátskych kancelárií, kaderníčov a podobne.

V posledných rokoch sa ale k tomuto zoznamu pridala jedna **položka špeciálnych webov** – **založili ich obyčajní ľudia, ktorí vďaka nim môžu pracovať z domu a predávať ľuďom to, v čom sú výnimoční.**

V čase tvorenia tohto e-booku nás všetkých zasahuje korona kríza. A či chceme alebo nie sa s aktuálnou situáciou mení aj pracovný trh. Vzniká ideálne prostredie pre vytvorenie vlastného online podnikania. Ľudia sú doma a hľadajú spestrenie svojich bežných dní.

Ako takéto podnikanie funguje?

Pomocou základných online stratégií si viete vytvoriť automat, ktorý pre vás pracuje aj keď varíte večeru, učíte sa s deťmi alebo čítate knihu. Ide o podnikanie, na ktoré nepotrebujete veľké vstupné náklady – predávate vlastné vedomosti. A pustiť sa do toho môže naozaj ktokoľvek.

Tu je pár inšpirácií:

- **Umelci** - môžu učiť ľudí hrať na rôzne hudobné nástroje (klavír, gitara,...), pomáhať deťom zvládnuť základnú umeleckú školu (čítanie nôt) a podobne.
- **Terapeuti** – riadenie meditácií, tipy na spokojnejší život, e-booky s radami ako mať plnohodnotný vzťah, šťastnú prácu alebo spokojnú dušu.
- **Jazykový mentoring** – lektori a lektorky učia ľudí cudzie jazyky. Tie, ktoré potrebujete vedieť alebo tie, ktoré ste sa vždy chceli naučiť.
- **Tréneri** – tréningy pre cvičenie s vlastným telom, prevedenie a správnu techniku rôznych športov, chudnutie alebo zdravý životný štýl.
- **Meditácie** – a ich nekonečné formy. Rôzne jógové kurzy a inšpiratívne e-booky.

- **Pomoc s výchovou a zvládnutím detí** – od varenia príkrmov, cez správne vedenie už od prvých mesiacov, rozvoj pohybu až po bezplienkovú metódu a šikovné učenie na nočník.
- **Vzťahy** – asi nekonečná téma, ktorá bude mať stále dostatočne veľké publikum. Vzťahy, láska, naplnený vzťah, rodina, randenie a podobne.
- **Zvieratá** – milovníci zvierat dokážu zaplatiť nemalé peniaze za to, aby ich miláčik mal všetko, čo potrebuje. Okrem tipov pre spokojný život, prípadne rád pre konkrétne plemená je šikovným nápadom i online psia škola, v ktorej vás naučia ako zvládnuť základné povely i zaujímavé psie triky.
- **Svadby a svadobné cesty** – pre mnohé mladé dievčatá je svadba naozaj veľká udalosť a pripravujú sa na ňu roky dopredu. Napríklad taký šikovný návod ako si nepokaziť svadbu si svoje odberateľky nájde vždy.
- **Online hry** – svet hier je obrovská téma. Určite o nich vie každý, kto má doma dieťa. Predávať rôzne postupy, ako sa v tej ktorej hre prepracovať až na koniec a zvíťaziť sa najmä v zahraničí teší veľkej obľube. A niekedy stačí nápad zo zahraničia chytiť a prispôbiť ho pre slovenský trh.

Tento zoznam by pravdepodobne neskončil nikdy. Je to skôr taká menšia inšpirácia, že toho, čo viete predať na internete je naozaj neúrekom. A nemusíte sa do tejto skupiny báť pridať.

Neznamená to, že musíte hneď otvoriť dvere do svojho súkromia. **Stačí, ak nájdete niečo, čo viete lepšie ako ostatní a dáte tomu konkrétnu formu.**

POCHYBNOSŤ 1: Načo mám písať e-book, keď je dnes všetko na internete? Kto by to kupoval?

Máte pravdu. Na internete je dnes naozaj všetko a informácie sú zdarma. Je tam však jedno veľké ALE – informácie nie sú ucelené a ich správnosť nie je zaručená. Urobiť si prehľad v nejakej téme vám pri bezplatnom hľadaní a surfovaní zaberie týždne. Väčšina ľudí radšej investuje pár desiatok eur za ucelený návod plný odpovedí na ich otázky a ušetrený čas strávi inak. A práve pomer čas – peniaze je niečo, čo ich presvedčí a váš online produkt si od vás kúpia.

POCHYBNOSŤ 2: Načo mám písať e-book, keď to už na túto tému urobilo sto ľudí predou mnou?

Konkurencia je v podnikaní úplne prirodzený jav. Udržiava systém zdravý. Keď budete najbližšie čakať na to, kým vám napadne naozaj niečo originálne, čo nerobí nikto pred vami, zbehnite do obchodu a rozhliadnite sa:

- Koľko ľudí napísalo a vydalo svoju kuchárku.
- Koľko ľudí píše knihy o motivácii, zdraví, rodine.
- Koľko druhov salám si viete kúpiť od mäsiara.
- Koľko plyšových medvedíkov je v hračkárstve.
- Alebo koľko bielych tričiek uvidíte повеšaných v obchode s oblečením.

Keď dvaja robia to isté, nikdy to nie je to isté. Nebojte sa svojej konkurencie a nečakajte na originálny nápad. Práve naopak, využite svoju konkurenciu na inšpiráciu – pokojne si kúpte ich kurz/ebook a pozrite sa, ako fungujú.

Častokrát ide o sumy, ktoré bežne miniete na rande v meste, nový kus oblečenia alebo piatkový večer s priateľmi. Učte sa, pozerajte sa a buďte lepší.

Záver

V tomto e-booku sme si povedali, čo robia úspešní inak. Prebrali sme základné parametre, ktoré by mala mať úspešná webstránka. Venovali sme sa tomu, ako získať návštevnosť zadarmo, aj ako získať zákazníkov pomocou platenej reklamy. Predstavili sme si naozaj množstvo možností, ako sa dá dnes podnikáť online.

Stále sa ale môžete dozvedieť viac.

Môžete sa naučiť konkrétne návody – krok za krokom – alebo v prípade online podnikania skôr klik za klikom. Ako robiť veci, ktoré v praxi naozaj fungujú.

Vysvetlím vám, prečo to veľa podnikateľom nejde a skrachujú.

Ukážem vám, ako to robia úspešní a ako si osvojiť správne návyky.

Budem vás viesť.

Budem vás učiť.

Kvalitné podnikanie sa buduje postupne. Málokedy príde úspech z večera do rána. Každý športovec potrebuje dobrého trénera a každý začínajúci podnikateľ by sa mal obklopiť niekým, kto vie, ako na to.

Ponúkam vám dlhodobú podporu.

Nestaviam veľké firmy a ani to neučím.

Učím ľudí ako vybudovať podnikanie, ktoré funguje.

Firmu, ktorá vám zabezpečí spokojný život, ktorý si budete môcť užiť.

Teraz. Pretože z neskôr sa väčšinou stane nikdy

O rok budete chcieť, aby ste ten prvý krok spravili dnes. **Pustite sa do podnikania, ktoré má ambíciu zabezpečiť vám spokojný život.** Netvrdím, že viem všetko. To, čo vám ponúkam sú moje vedomosti a dlhoročné skúsenosti. Ponúkam vám videá, živé vysielania, komunitu a návody krok za krokom.

Nebudem vám sľubovať, že z vás urobím milionárov za týždeň. Nedá sa množstvo informácií, ktoré sa ostatní učia roky zhustiť do pár týždňov. Ani medicínu nevyštudujete za tri mesiace. Výučba sa dá ale zintenzívniť a sústrediť iba na to, čo je naozaj dôležité.

Môj plán a to, čo vám ponúkam, ak sa pridáte ku mne:

- Jednorázové kurzy – v danej téme sa pomocou nich posuniete čo najrýchlejšie vpred. Jedná sa napríklad o témy ako sa dostať vo vyhľadávačoch na prvé miesta, ako si merať návštevnosť webu alebo ako byť v práci efektívnejší.
- Živé vysielania – ktoré konkrétne dopĺňajú jednotlivé informácie.
- Klub – môj dlhodobý projekt. Za mesačný poplatok sa stanete súčasťou komunity, ktorej budem zdieľať široké spektrum informácií. Miesto, kde budem postupne rozoberať jednotlivé témy, dopĺňať ich živými vysielaniami a skúsenosťami komunity. Bude to miesto, ktoré vás dokáže za pár mesiacov/rok posunúť poriadne ďaleko.

Dosiahol som skoro všetky ciele, ktoré som si vytýčil. Zostal predo mnou ďalší – napísať knihu. Nepracujem preto, aby som zarábal ale preto, aby som žil zmysluplný život.

Nepracujem preto, aby som zarábal ale preto, aby som žil zmysluplný život.

Mojim cieľom nie je vnútiť vám svoje myšlienky a tváriť sa, že sú jediné správne. **Chcem vás inšpirovať. Ukázať vám, ako žiť zmyslupnejšie, ako efektívnejšie pracovať a mať spokojnejší život.**

Nezabudnite. Správny čas je teraz. Z neskôr sa väčšinou stane nikdy.

Ak už dlhšie rozmýšľate nad rozbehom vlastného podnikania, alebo už podnikanie máte, ale nefunguje podľa predstáv, urobte prvý krok.

Teraz.

Ako môžete byť so mnou v spojení?

Toto budujem od roku 2010

Web stránka s pobytmi, atrakciami a ubytovaním na Slovensku: <https://www.sorger.sk/>.

Toto budujem od roku 2021

Môj osobný web: <https://www.petersorger.sk/>

Sociálne siete:

Facebook: <https://www.facebook.com/PeterSorgerSK>

Instagram: <https://www.instagram.com/sorgerpeter/>

Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCTfxyY5fY7zVC7ra4nBPFsQ>