



PLÁŽOVÉ SOUSTŘEDĚNÍ

TAHÁK - DEN 3



MINIUPSELL

Miniupsell je doplňkový prodej navíc ve vašem prodejním formuláři. Za zvýhodněnou cenu je možné si k hlavnímu produktu přidat další produkt v podobné nebo nižší cenové hladině v porovnání s hlavním produktem. Tento produkt obvykle rozšiřuje téma produktu.

PŘÍKLADY 1

VARIANTA - MÁTE DALŠÍ PRODUKTY

- ✓ Další vaše ebooky za sníženou cenu. (30-50%).
- ✓ Video, audia, minikurzy rozšiřující dané téma za sníženou cenu.
- ✓ Fyzický produkt. Další kus za 50% ceny.
- ✓ Fyzický produkt. Doplňkové produkty za zvýhodněnou cenu.
- ✓ Služby. Konzultace. Pracovní listy. Checklisty. Šablony.

PŘÍKLADY 2

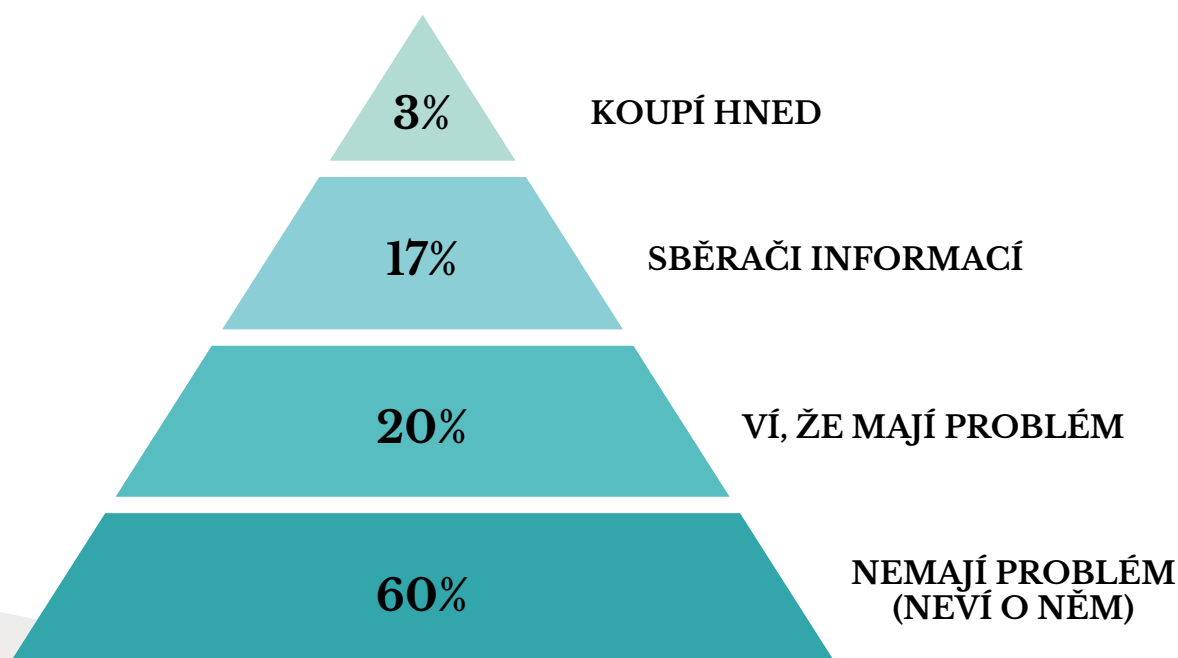
VARIANTA - ZATÍM NEMÁTE DALŠÍ PRODUKTY

- ✓ Vyjměte část vašeho digitálního produktu a udělejte z něj miniprodukt navíc. (např. 2 kapitoly).
- ✓ Rozsáhlý produkt rozdělte na 2 části a miniupsellujte část 2.
- ✓ Udělejte miniupsell z bonusu, který už teď k produktu máte.
- ✓ Z psaného produktu vytvořte video/audio (stejný obsah, jiný formát).



PYRAMIDA KONTAKTŮ

Nesnažte se vymáčkout z lidí v magnetu vše a zbytek zahodit. Dlouhodobá péče a budování důvěry a vztahu s lidmi, kteří k vám přijdou přes magnet typu ebook zdarma, webinář apod. je investicí do prodejů v dalších měsících a letech.



PRAVIDLO #1

**ČÍM VÍCE LIDEM POMŮŽETE,
TÍM VÍCE VYDĚLÁTE.**



WEBINÁŘE

7 DŮVODŮ, PROČ DĚLAT WEBINÁŘE:

- 1 Koncentrovaná pozornost cílové skupiny.
- 2 Pravidlo 90/10. 90% hodnota, 10% prodej.
- 3 Dodáváte hodnotný obsah. Díky tomu si upevňujete statut experta a budujete důvěru a vztah s divákem.
- 4 Získáváte e-mailový kontakt. Potenciál dlouhodobé komunikace a budoucích prodejů.
- 5 3% lidí koupí ihned. Dalších 20% je otevřeno nákupu v případě, že jim ukážete, jak řešit jejich problém. Hledají aktivně řešení.
- 6 Můžete využít v kampani pro vybudování prodejní energie. Dát omezenou nabídku jen na webinaru. Omezit záznam.
- 7 V budoucnu lze využít jako trvalý magnet pro evergreen.

AFFILIATE

3 DŮVODY, PROČ DĚLAT AFFILIATE:

- 1 Nic neriskujete. Platíte jen za dokončené objednávky.
- 2 Důvěra a vztah, kterou má partner vybudovanou se svými sledujícími a zákazníky, je přenesena na vás.
- 3 Při zpětné podpoře cesta, jak vydělat na produktu někoho jiného.