



10 dovedností strategického podnikatele

Proč je 90 % manažerů a podnikatelů unavených a mají pocit, že výsledky neodpovídají vynaloženému úsilí? Jak se přestat trápit a najít v práci svobodu? Jak si díky emailu a internetu opravdu zjednodušit život, a ne to mít naopak? Co je klíčem k úspěchu?

 **DAVID KIRŠ**

www.EmailAcademy.cz

www.DavidKirs.cz



Celý život žil v přístavu. Každé ráno šel do práce na místní tržiště a večer se vracel zase zpět domů. Den co den procházel kolem luxusních lodí u mola a pozoroval oceán. Snil o tom, že i on také jednou vypluje...

Kdo jsou lidé, kteří vlastní tyto lodě a vyplouvají na širý oceán? Co pochopili a co dělají jinak, že mohou kdykoliv kamkoliv svobodně vyplout?

Tyto otázky jsem si kladl deset let.





Pomaleji, než jsem čekal

Karel začal podnikat. Všechno mu jde ale mnohem pomaleji, než čekal. Má velké sny a plány. Realita ho však sráží na kolena. Všechno se zdá složitější a těžší, než si myslel. Je toho tolik, co musí denně zvládnout. Ví, že pokud něco nezmění, dlouho už to nevydrží.

Tak tento pocit moc dobře znám. A vy se v něm možná poznáváte taky. Přesně takto jsem se cítil před několika lety. V práci jsem vždycky dělal to nejlepší, co jsem mohl, a přesto jsem měl pocit, že je to málo. Viděl jsem příležitosti a měl jsem sny, ale neuměl jsem k nim doplout.

Chtěl jsem podnikat a využít k tomu internet. Věděl jsem, že abych uspěl, musím jet podle nějaké mapy a projet těmi správnými body. Mít produkt, dělat marketing, budovat web, zvyšovat návštěvnost, používat email, komunikovat a další desítky věcí, které jistě sami znáte. Znal jsem body, ale nevěděl, jak na ně. Jak s nimi pracovat, abych nebyl pořád otrávený a unavený. Měl jsem pocit, že všechno jde mnohem pomaleji a složitěji a ještě ke všemu to stojí daleko víc peněz, než jsem čekal.

Nekonečné hledání

Zkoušel jsem tehdy různé techniky marketingu, nejrůznější druhy reklamy, neustále jsem měnil web, studoval jsem, co šlo, a učil se všemu možnému, jen abych už konečně zrušil jakési zakletí, které se mě drželo. Marně.

Pracoval jsem od nevidím do nevidím a nebyl ani jsem spokojený, ani bohatý. Spíš jsem byl bezradný – bezradný manažer a podnikatel.

A pak mi došlo, že mám dvě možnosti. Buď udělám nějakou zásadní změnu, nebo budu pokračovat ve svém snažení dál, i když zoufale cítím, že nevede k výsledku. Chtěl jsem už konečně začít stavět svou loď a vyplout. Jenže jsem nevěděl jak.

Konečně změna

Jedna věc mi tenkrát nechyběla, a to byla víra. Víra, že to jednou dokážu. Že jednou přestanu pozorovat luxusní lodě jiných podnikatelů a sám vypluju. Trvalo mi to deset let.





Kdo jsou ti podnikatelé, kteří vlastní velké lodě a na nich vyplouvají? Co pochopili a co dělají jinak, že jejich podnikání prosperuje a vydělává peníze? Že se jim daří vše, na co sáhnou? Že jsou v práci svobodní? Že umí využít největší tržiště dneška – internet – a jejich život je rok od roku jednodušší a zábavnější?

Tušil jsem, že musí existovat něco, co odlišuje tento typ úspěšných a bohatých podnikatelů od těch, kteří pořád jen něco zkoušejí, neustále mění taktiky, web nebo reklamu a chvíli vidí příležitost tady a pak zase jinde. Hledají svatý grál.

Tento svatý grál existuje. Proto čtete tento text. Můžete ho přestat číst a pokračovat v tom, jak jste věci dělali doposud, jít svou vlastní cestou. Pracovat, podnikat, dělat online marketing jako dřív. Nebo můžete číst dál a poučit se z chyb, které jsem dlouho dělal i já. Z chyb, jež jsou společné podnikatelům, kteří zatím hledají. Pochopení těchto chyb změnilo mé podnikání a můj život.

Výsledkem tohoto poučení je 10 dovedností, které jsem dříve neměl a neznal. Za chvíli vás s nimi seznámím podrobněji, ale ještě předtím vám chci ukázat jeden princip, který je všem dovednostem společný.

Dvě skupiny podnikatelů

Právě tento princip jsem tak dlouho zoufale hledal (a dnes vidím, že jsem nebyl sám). Po dalším z desítek článků, které jsem ten měsíc přečetl, se něco stalo. Stálo mě to roky hledání a učení a taky dost peněz. Ale v tu chvíli se věci konečně daly do pohybu a spojily se dohromady. A mně došlo, jaký kus skládky mi chyběl. Co to je, co dokáže změnit neúspěch v úspěch a co zároveň rozděluje podnikatele na dvě skupiny: na **Hledače příležitostí** a na **Strategické podnikatele**.

Pokud jste na tom teď jako tehdy já, tedy že se honíte za zákazníky, utrácíte za reklamu, stále měníte marketingové taktiky, upravujete váš web co půl roku, děláte SEO, spouštíte PPC, posíláte emaily, ale na konci jste unavení a peníze spíš proděláváte, než vyděláváte, mám pro vás tři zprávy:

1. Víím, jak se cítíte.
2. Nejste v tom rozhodně sami.
3. Má to naštěstí řešení.





Není to bez práce, ale je zde velká šance, že právě ono poznání, které změnilo život mně, ho změní i vám. (Ještě dvě věty a znáte ho i vy 😊.)

Dnes, kdy vlastním prosperující firmu, přednáším a vytvořil jsem EmailAcademy, si každý den potvrzují, jak klíčový je tento princip v každé lidské činnosti.

Tím principem je **dělat správné věci správným způsobem ve správný čas**. Jinak řečeno, klíčem je **strategické myšlení** – umění řídit se mapou. Strategické myšlení je ona zásadní věc, která pro mě osobně znamenala přestat se trápit a najít naplnění, svobodu a bohatství v práci a v podnikání. Online i off-line. V životě vůbec.

Co je strategické myšlení?

1. Strategické myšlení je schopnost zastavit se a zeptat se sám sebe: „Proč dělám právě to, co teď dělám? K čemu mi to slouží? Jaký je můj záměr?“
2. Strategické myšlení je umění vzlétnout od denních starostí a podívat se na problém z výšky, z ptáčích perspektivy. Je to schopnost vylézt na strom a rozhlédnout se po krajině, zda jdu stále správným směrem.
3. Strategické myšlení je dovednost spojovat věci dohromady. Vědomí toho, že k postavení domu nestačí pár nástrojů a materiál. Je třeba také plán a znalosti, jak z materiálu pomocí nástrojů stavět.
4. Strategické myšlení je umění se rozhodovat. Převzít zodpovědnost za své činy a odvážit se překonat strach. Vídat změny, být schopen učit se z chyb a nevzdávat se.

Úspěch v každém podnikání, povolání, práci nebo profesi má základ ve strategickém myšlení. A právě proto je strategické myšlení důvodem, proč se ve všech oblastech podnikání lidé dělí na dvě skupiny:

1. na Hledače příležitostí a
2. na Strategické podnikatele.

Brendon Burchard, můj velký učitel, mě inspiroval příkladem, který myslím přesně popisuje rozdíl mezi těmito dvěma skupinami lidí a podnikatelů.





Co dělá Hledač příležitostí?

Přijde na pole, o kterém slyšel, že je na něm zlato. Začne kopat. Kope a kope a po čase narazí na pár zrníček zlata. „Jen toto?“ říká si zklamaně. „Tady přece mělo být hodně zlata.“ A otráveně odchází kopat další díru. Když se na konci života takový podnikatel ohlédne, vidí za sebou pole s desítkami rozkopaných děr a pořádné zlato nikde.

Existuje ale i jiný přístup.

Na jiném poli o kus dál začíná kopat jiný člověk. Kope a kope a po čase narazí na pár zrníček zlata. „Hm, když jsou tu zrníčka, mohlo by tu být i víc!“ řekne si a kope dál. Kope a kope a po čase narazí na obrovskou zlatou žílu. V tu chvíli začíná stavět důl. Když se na konci života takový člověk ohlédne, vidí za sebou pole s několika velkými zlatými doly. To je Strategický podnikatel.

Můj příběh

Možná jsou i jiné cesty, jak najít svobodu, naplnění a bohatství v tom, co děláte. Já jsem ale rád, že je už nemusím hledat 😊. Cesta, kterou vám zde předkládám, je cesta, kterou jsem si objevil pro sebe. Je to cesta, po které kráčím i dnes každý den, a tím se jí znovu a znovu ještě lépe učím. Je to cesta strategické online komunikace.

Pokud znáte můj příběh, víte, že mě živí email marketing, což je takový druh emailové komunikace, která neobtěžuje, ale prodává. Vytvořil jsem EmailAcademy a vybudoval firmu SmartEmailing.

EmailAcademy dnes obsahuje 8 kroků, jak dělat lépe email a online marketing. Manažeři a podnikatelé se v ní učí, jak emailem neobtěžovat, ale více prodávat, a také jak si zjednodušit život. Členové EmailAcademy dostávají návod, jak díky poctivému email marketingu získat více spokojených zákazníků. Ale především poznají mapu, která jim umožňuje stát se z Hledače příležitostí Strategickým podnikatelem.

Vše začalo v distribuční firmě, v níž jsem měl na starosti e-shop www.soeasy.cz. Už tehdy jsem věděl, že posílat emaily je pro e-shop klíčové, ale nevěděl jsem, jak to dělat co nejlíp. Email marketing u nás tehdy dělalo jen pár agentur a ty jsem si nemohl dovolit. Proto jsem začal studovat sám. Všude a hlavně v zahraničí. To, co jsem zjistil, mi vyrazilo dech. Věci, které jsem si o email marketingu myslel, nebyly pravda! Na internetu jsem se pohyboval od





svých patnácti a myslel jsem si, že o online a email marketingu něco vím. Mýlil jsem se. Musel jsem se učit od začátku. Musel jsem zapomenout, že email marketing je o posílání emailů a že online komunikace je o prodávání.

Otevřely se mi oči. Byl jsem z nových informací tak unešen, že jsem vše studoval a testoval ještě více. Zkoušel jsem aplikovat jednotlivé postupy krok za krokem. A věci začaly fungovat. Za první rok, kdy jsem aplikoval nový strategický přístup v komunikaci, jsem firmě vydělal 2,3 milionu korun. Ještě dnes tomu někdy nemůžu uvěřit.

Tehdy jsem si také uvědomil, že jestliže jsem já sám měl na začátku tak zásadní neznalost psychologie prodeje a technik úspěšné online a email komunikace, možná existují i další firmy, podnikatelé a manažeři, kteří jsou na tom podobně.

Proto vznikl projekt EmailAcademy, v němž dnes učím, jak díky správné komunikaci pomocí emailu a internetu získat více spokojených zákazníků – a jak si zjednodušit život. A protože jsem celkem pohodlný člověk a mám rád, když věci fungují samy, nemohl jsem se narodit v lepší době než v době internetu. Firmu SmartEmailing dnes buduji na stejných základech, o kterých se nyní dozvíte.

Základy pro Strategického podnikatele

Pokud neděláte správné věci ve správný čas tím správným způsobem – pokud nemáte strategické myšlení – věci nezačnou fungovat. To je totiž ten důvod, proč věci do sebe nezapadají a proč možná teď děláte spoustu činností, které vám však nepřinášejí výsledky a peníze. Proč utrácíte, ale nevyděláváte.

Proto se podívejte – než se opět pustíte do práce svým obvyklým způsobem – na 10 dovedností Strategického podnikatele. 10 dovedností, na kterých stojí strategické myšlení. Změňte to, jak jste doposud pracovali. Naučte se těmito 10 dovednostem, kterými se odlišují Hledači příležitostí od Strategických podnikatelů. Trvalo mi deset let tyto dovednosti najít a začít je používat. Vy si zkrátte cestu.

Předkládám vám 10 dovedností, které si sám stále a dokola připomínám a které chybí většině manažerů a podnikatelů, s nimiž se setkávám, k tomu, aby se netrápili a našli naplnění a svobodu v tom, co dělají.





Prvních pět dovedností rozvíjí postupně vaše schopnosti strategického a moudrého člověka. Další pět dovedností pak doplňuje vaše strategické obchodní umění. Každá dovednost sama o sobě významně zatočí kormidlem vašeho života. Jejich propojením převrátíte svůj život do jiné dimenze. Dostanete se do sfér, ve kterých se plní vaše sny.

Vítejte na cestě!

(Postupujte nyní krok za krokem – a na konci mám pro vás ještě jednu zprávu.)

Zaměření

Lidé přeceňují to, co zvládnou za den, a podceňují to, co zvládnou za pět let.

Spousty nápadů, nové příležitosti a snaha zvládnout deset věcí naráz. Musím přece zvládnout všech pět projektů najednou. Co kdybych přerušil právě ten, který uspěje?! Je to strach z neúspěchu a ze ztráty příležitosti. Takovým podnikatelům se říká Hledači příležitostí. Honí se, vymýšlí, mění. Jednou tato technika, podruhé jiná. Tento měsíc tento projekt, další měsíc další projekt. Na konci dne se ohlédnou – a kde nic tu nic. A když se ohlédnou se na konci roku, mají pocit, že jsou tam, kde byli loni. Jak je to možné? Nemají strategii.

Neumí se zaměřit na jednu podstatnou věc a za tou jít.

Strategický podnikatel má také mnoho nápadů a příležitosti se mu jen hrnou. Přemýšlí ale jinak. Vždy se zaměří jen na jeden z nich. Vždy ví, co je jeho priorita tento rok, tento týden, tento den. A až dojde do cíle, plný energie se pouští do dalšího nápadu. A když se na konci roku ohlédne, může se radovat z dokončených projektů a z vydělaných peněz.

Tuto první dovednost Strategického podnikatele si můžete vyzkoušet a pochopit na jednoduchém cvičení. Náš mozek totiž zvládá v jednom okamžiku jen jednu věc. Multitasking je iluze a funguje jen ve světě počítačů.

Cvičení:

Veźměte si papír, tužku a stopky, ať si můžete měřit čas. Vaším prvním úkolem je psát na dva řádky střídavě čísla a písmena. Na jeden řádek pište čísla od 1 do 20 a na druhý řádek písmena od A do S, střídajte však psaní čísel a písmen. Měřte si přitom čas. Poté proveďte





toto cvičení ještě jednou, ale tentokrát napište nejprve celý řádek s čísly a pak celý řádek s písmeny. I tentokrát si změřte čas.

Překvapeni výsledkem? A takto neefektivně fungujeme v běžném životě neustále.

(Na stránce emailacademy.cz/10dovednosti se můžete porovnat s ostatními a do komentářů zapsat své výsledky.)

> *Co je právě teď prioritou ve vaší práci a ve vašem životě? Zaměřte se na ni a neustupujte.*

Víra

Pokud věříte a ve víře vytrváte, není nikdo a nic, co by vás mohlo zastavit. Nic.

A přesto právě Hledači příležitostí na víru zapomínají velmi často. První neúspěch, překážka nebo zklamání je odradí. Hodí flintu do žita a odcházejí kopat další jámu – hledat další příležitost. Tentokrát už to určitě vyjde. Musí přece existovat jednoduchý a rychlý způsob, jak vydělat peníze a uspět. Jenže jak říká Dan Millman: „Úspěch přes noc trvá zhruba deset let.“

Strategický podnikatel má svůj sen, svou vizi, svůj cíl. Ví a věří, že ho jednou dosáhne. Ať to stojí, co to stojí. Ať si říká kdo chce co chce. Neúspěch na cestě je pro něj zkušenost. Informace, že našel místo, kudy ne. Neznám jediného úspěšného nebo bohatého člověka, který by něco dokázal bez toho, že by věřil, že na to má, že to dokáže.

Pokud je váš sen stále vašim snem, pak vytrvejte. Mějte víru. Okolnosti a lidé možná nebudou hned nadšeně tleskat, možná si budou dokonce ťukat na hlavu. Pokud ale vytrváte a naplníte, co musíte naplnit, protože vaše touha, poslání a cíl jednoduše stojí za to, po cestě vás nakonec čeká mnoho sladkostí a pohádkové bohatství. Tak je to ve vesmíru zařízeno.

Mám pro vás dobrou zprávu: pokud máte někdy pocit, že už jdete strašně dlouho, že jste unavení a že ztrácíte sílu, zvyšte svou pozornost. Váš cíl je totiž možná už za dalším rohem.

> *Pokud jste ještě nečetli klasiku manažerské literatury, knihu Myšlením k bohatství od Napoleona Hilla, přečtěte si ji nyní. Neexistuje lepší potvrzení a lepší motivace pro tuto druhou dovednost Strategického podnikatele.*





Akce

Pohyb je změna. Změna je život. Vše je v neustálém pohybu – nic na světě nežije bez něj. Nic na světě se nemůže stát bez pohybu, bez akce.

Slyšeli jste, že „gram činu je víc než tuna vědomostí“? Hledač příležitostí tuto pravdu bohužel neslyšel. Můžete mít veškerou moudrost světa, ale pokud ji neprojevíte, nic se neuděje. Můžete roky teoretizovat, plánovat a hledat nejlepší řešení. Neposunete se však ani o milimetr, pokud to nezačnete skutečně dělat. Proč například profesori a učitelé vydělávají málo? Protože pracují jen s teorií a neaplikují to, co ví, v praxi. A proč Hledači příležitostí nevydělávají peníze? Protože stále jen hledají, a nekonají.

Pokud chcete zlepšit svou schopnost dělat věci, je to možné jedině tak, že je začnete skutečně dělat. Pokud se něčeho bojíte, změníte to jedině tím, že se tomu postavíte čelem. Když se do něčeho pustíte, zvýší se vaše sebevědomí. A jakmile se vám zvýší sebevědomí, zvýší se také vaše ochota danou věc dělat. A tak pořád dokola. Nemůžete vědět, jestli něco zafunguje nebo ne, pokud to nejdřív nezkusíte.

Strategický podnikatel ví, že vše se děje tady a teď. Pokud se neprojeví právě teď, v tomto čase, umře i se svými sny. Proto o věcech jen nemluví, ale rovnou je dělá. Proto nečeká, až bude všechno dokonalé a až bude všechno umět. Ví, že praxe je nejlepším učitelem. Proto jde do akce. Teď. Má nápad, tak ho realizuje. Dělá, a nekecá.

Mahátma Ghándí, pravděpodobně největší světový lídr 20. století, jenž ve své době vedl 400 milionů lidí, měl jen jeden nástroj, který používal. Tím nástrojem byl jeho život. Dělal a žil to, co hlásal. Strategický podnikatel žije svou strategií.

> *Co už dlouho odkládáte? Do čeho se vám nechce? Udělejte to. Teď!*

Autenticita

Zákazník nečeká, že budete nejchytřejší na světě. Čeká, že mu řeknete pravdu.

Dovedností, kterou skloňují všichni současní světoví lídři, je autenticita. Hledač příležitostí hledá, protože zatím nenašel. Nenašel své pravé já. Svě sebe-vedomí. Schopnost být vždy a za každých okolností sám sebou. Být pravdivý k sobě i k zákazníkům. Lidé totiž od vás nebudou kupovat, pokud vám nevěří. Hledač příležitostí prodává málo, protože zákazník





cítí, že něco není v pořádku, a proto zůstává ve střehu. Pokud mu jeho vnitřní pocit říká, že má jít jinam, argumenty a přesvědčování nepomáhají.

Pokud vás zákazník nemá rád a nemá z vás dobrý pocit, odchází. Pro zákazníka jste firmou vy osobně – zapomeňte na to, že klienti kupují od firem – klienti kupují od lidí. Přímo nebo nepřímo kupují od lidí, kteří firmy a společnosti vedou. Pokud si na něco hraje, zákazník vám na to vždycky přijde.

Strategický podnikatel ví, že nemusí být nejlepší na světě v tom, co dělá. Nemusí být nejchytřejší, nejvýkonnější nebo nejschopnější. Musí jen být pravdivý a upřímný v tom, co dělá a jak to dělá.

Autenticita je dovednost, která mě ovlivňuje nejvíce. Sebe-vědomí, opravdovost a upřímnost k sobě a k druhým je motor, který pokud jednou nastartujete, už nezastavíte. Jistě jsou na světě lidé, kteří vědí o marketingu na internetu víc než já – nejsem nejlepší ani nejchytřejší. Vím však, že můj osobní úhel pohledu může v danou chvíli inspirovat někoho dalšího. A to mě motivuje k tomu, abych dělal pro sebe a pro zákazníky to nejlepší, abych dělal správné věci.

Strategický podnikatel je upřímný v tom, co dělá. Nic si nenalhá. Pokud udělá chybu, přizná to. Práce ho baví, protože tím, co dělá, pomáhá někomu dalšímu s něčím, co zase on neumí nebo co právě potřebuje. To je pro něj znamením, že je na správné cestě.

Opravdovost, upřímnost a autenticita boří všechny hranice a cenové bariéry. Neexistuje dlouhodobě úspěšný člověk nebo podnikání, kteří by tuto dovednost neměli.

Příkladem autenticity převedené do celosvětového úspěchu je Richard Branson a pro mě osobně Frank Kern.

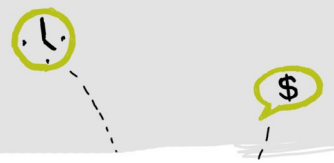
> *Jak pravdiví jste k zákazníkům? A ke kolegům? A k sobě? Nalijte si skutečně čisté víno.*

Výkonnost

Někdo zvládne za jediný rok tolik, co druhý nezvládne za celý život.

Jak je možné, že někdo zvládne za jediný rok tolik, co druhý člověk nezvládne ani za celý život? Proč má Hledač příležitostí seznam svých úkolů stále plný a je vystresovaný, nervózní a uhoněný? Protože nezvládl dovednost výkonnosti, tedy schopnost efektivně plnit





úkoly ve své práci a životě. S přehledem a nadhledem.

Efektivita a výkonnost, tato dovednost úspěšných a vysoce výkonných lidí, stojí na třech pilířích. Těmi pilíři jsou:

1. myšlení – psychologie,
2. tělo – fyziologie,
3. produktivita – spojení myšlení a těla v akci.

Pokud vám jakýkoli z těchto pilířů chybí, budete zoufale pomalí, uhonění a naštvaní.

Pozitivní přístup, disciplína, organizace času, plánování, plnění úkolů, fyzická síla a výdrž, energie, zdraví, přítomnost, přesvědčování a vedení – to jsou schopnosti a věci, které rozhodují o vaší výkonnosti, efektivitě a produktivitě. To jsou vlastnosti, které rozhodují o tom, jaký je váš život, jak se vám daří v práci, jaké máte vztahy a zda jste zdraví, bohatí a šťastní.

Nemám zde prostor rozebrat všechny tři oblasti detailně, nicméně se s vámi podělím alespoň o tři tipy pro každou z oblastí, které samy o sobě mohou zdvojnásobit vaši výkonnost:

1. Zodpovědnost

Nezapomeňte, že jste tím, na co myslíte. Přestaňte se vymlouvat na okolí a převezměte zodpovědnost. Nikdo jiný nemůže za to, jaký máte život a jak podnikáte, přestože se může zdát jednodušší to na někoho hodit. Ne nadlouho. Nalijte si čistého vína. Svůj život jste si vytvořili vy sami tím, co jste dělali nebo nedělali. A vy sami také máte moc ho nyní změnit, pokud se vám na něm něco nelíbí. Udělejte to.

Strategický podnikatel se ptá sám sebe, jak mu je v činnostech, ve věcech a s lidmi kolem něj. Pokud se necítí dobře, věci mění.

2. Zprávy těla

Pokud jste unavení, večer se vám chce brzy spát, při chůzi do schodů se zadýcháváte nebo jste třeba často nemocní a něco vás bolí, jsou to zprávy vašeho těla. Takové volání vašeho těla o pomoc.





Zkuste si takové malé cvičení. Zeptejte se teď svého těla: *Jak se ti líbí co jím? Jak se ti líbí, co piju? Jak se ti líbí, jak se hýbu a cvičím?* Zavřete oči a položte si tyto otázky. To, co uslyšíte, je odpověď.

Strategický podnikatel svému tělu pomáhá, protože ví, že bez něj toho moc nezvládne. Potřebujeme tělo, abychom mohli jít do akce a plnit své sny.

3. Vyrušování

Hledač příležitostí se nechává v práci neustále vyrušovat. Bez rozmyslu přeskakuje od jedné činnosti ke druhé. První věcí, kterou udělá hned ráno, je čtení emailů. Na konci dne se pak diví, jak je možné, že zase nic nestihl.

Strategický podnikatel naopak ví, že průběžné čtení emailů během dne a obzvláště ráno znamená jedno: plnit úkoly druhých lidí, a ne své vlastní. Proto čte emaily jen 2× denně: kolem oběda a před cestou domů. V opačném případě by se stal otrokem druhých, a to nemůže dopustit.

> *Nečekejte, že vše změníte ze dne na den. Stanovte si malé cíle. Skákat přes řeku znamená utopit se. Přeskočte potok.*

Toto bylo pět dovedností pro to, abyste se stali strategickým a moudrým člověkem: Zaměření, Víra, Akce, Autenticita a Výkonnost.

Cesta zákazníka

Ať už chcete v práci zlepšit cokoli – lépe komunikovat online, mít lepší web, neobtěžovat emailem, mít víc peněz a zákazníků, cokoli –, musíte vědět, co právě teď potřebujete nejvíc. To je dovednost číslo jedna – zaměření. Nejdřív potřebujete znát svůj cíl. A pak potřebujete mapu, která vás k němu dovede. Problémem nicméně je, že i když víte, kam jdete, ale nevíte, kde se právě nacházíte, je vám mapa k ničemu.

Nemůžete vydělávat víc, když nevíte, co momentálně děláte špatně. Abyste mohli změnit, co je třeba, potřebujete vědět, co to je, co je třeba změnit. Hledači příležitostí dělají pořád dokola ty stejné věci a pak se diví, že je to vede ke stále stejným výsledkům.





Ukážu vám nyní cestu, kterou používá Strategický podnikatel k tomu, aby přesvědčil víc zákazníků a víc prodal. Ví, že klíčem je psychologie prodeje. Přemýšlí, co se musí stát, aby zákazník řekl ano. Pečlivě plánuje, jakou cestou musí zákazníka provést, pokud chce dlouhodobě a opakovaně vydělávat peníze. Milníky na cestě zákazníka jsou tyto:

- A. **Vědět:** Nikdo od vás nemůže nic koupit, pokud o vás neví.
- B. **Věřit:** Nikdo si od vás nic nekoupí, pokud vám nevěří a nemá vás rád.
- C. **Koupit:** Neprodáte, pokud neuděláte tak skvělou nabídku, která zákazníka přesvědčí, aby koupil.
- D. **Doporučit:** Pokud si nehýčkáte své stávající zákazníky a nepečujete o ně, musíte se stále honit za novými a novými zákazníky, protože ti stávající vás nedoporučí dál.

Najděte, kudy provádíte zákazníky vy, abyste věděli, co změnit. Pokud tuto cestu plně nepochopíte, budete dál vyhazovat peníze za marketing v bodě A, ale nikdo vám nebude věřit a nebude od vás kupovat ani vás doporučovat.

Hledači příležitostí se zaměřují jen na body A a C. Křičí a volají: „Kupte!“ A diví se, že od nich nikdo nekupuje. Přeskakují totiž body B a D – body, na které se naopak Strategický podnikatel zaměřuje, protože ví, že mu přinášejí dlouhodobě nejvíce peněz.

Jít touto cestou bylo i pro Strategické podnikatele ještě před pár lety velmi drahé a náročné. Budovat důvěru a vztah a hýčkat zákazníky stojí čas i peníze. Ale dnes už to neplatí. Poslední roky přinesly převrat a chytré nástroje na automatizaci naprosto změnilu formu komunikace. Strategický podnikatel to moc dobře ví a využívá toho.

Tržiště 21. století

Zkuste si představit, že se čas vrátil o třicet let zpět. Žijete ve městě a chcete mít obchod. Co je tam prodejní plochou? Náměstí a ulice. Abyste někomu prodali, potřebujete část prodejní plochy a na ní mít výkladní skříň. Pak možná půjdou kolem lidé a narazí na vás. To je první krok k úspěchu.

Lidé se u vás zastaví ale jen v případě, že ve výloze bude něco, co upoutá jejich pozornost. Jinak jdou dál. To je druhý krok k úspěchu.





Aby si lidé něco koupili, musí být ve vašem obchodě nějaké zboží. To je třetí krok k úspěchu.

A nakonec: máte-li v obchodě zboží, které se lidem líbí, musíte jim ho umět prodat. To je čtvrtý krok k úspěchu.

A nyní se vraťte do 21. století. Co je prodejní plochou současnosti? Internet. Internet není nic jiného než velké město plné ulic, náměstí a obchodních domů, kudy chodí lidé. Abyste mohli na internetu něco prodat, potřebujete prodejní plochu, a to jsou webové stránky. První krok.

Na nich potřebujete mít něco, co upoutá pozornost. Druhý krok.

Potom potřebujete mít něco, co si lidé od vás mohou koupit. Třetí krok.

A nakonec musíte mít postup, jak jim tu věc prodat. Čtvrtý krok.

Tragédie čeká ty obchodníky a Hledače příležitostí, kteří zůstávají u kroku jedna – mít web. Mít web nestačí. Tuto příležitost propásli před deseti lety. V současné době už tu nejsou sami. V řadě čekají desítky Hledačů příležitostí, kteří také chtějí prodat.

Jak vypadá taková prodejní plocha, web v praxi? Podívejte se na www.emailacademy.cz/v2. Prakticky tam vysvětlují, co to znamená mít web, který poutá pozornost, je plný zboží a umí prodat.

Ukážu vám také další velký omyl Hledačů příležitostí. Hledači se domnívají, že klíčem k úspěchu na internetu je návštěvnost. Domnívají se, že vysoká návštěvnost znamená vysoký prodej. Proč je honba za návštěvností černou dírou pro jejich peníze? Za návštěvností se nyní honí především ti, kdo na internetu nevydělávají peníze.

Magnet na zákazníky

Pokud chcete něco dostat, musíte nejdříve něco dát.

I Hledači příležitostí si už všimli, že klasická reklama a marketing už nefunguje jako dřív a že rozhodně nejsou podmínkou úspěchu. Viděli jste snad v posledních letech billboardy nebo reklamy na Facebook či Apple? Svět i marketing se mění. Když Hledači příležitostí





kolem sebe křičí „kupte, kupte!“, jen se překřikují navzájem. A reakce zákazníků? Nikdo nekupuje.

Strategický podnikatel ví, že je třeba nejdřív něco dát, než něco dostanete. A to, co dá, musí mít hodnotu, ale nesmí to moc stát. Proto přemýšlí. Zároveň ví, co na internetu v současné chvíli všichni nejvíc děláme – že tam nejvíc ze všeho **hledáme informace**.

Lidé hledají informace proto, že je potřebují. Informace nám totiž pomáhají – pomáhají nám odpovídat na otázky. Na otázky, které si klademe, když máme nějaký problém. A problém často znamená trápení. A protože se člověk pochopitelně nerad trápí, hledá odpovědi. Hledá informace.

Proč je dnes Google číslo jedna? Google vydělává, protože informace jsou hodnotou dneška, kolem informací je ruch, něco se tam děje. Informace jsou penězi současnosti. Do banky chodíme kvůli starým penězům. Na Google chodíme kvůli novým penězům – kvůli informacím. A tak Strategický podnikatel dává na svůj web tuto novou hodnotu. Informace. Aby i k němu chodili ti správní lidé. Protože:

1. informace jsou magnet, který přitáhne zákazníky;
2. informace způsobí, že zákazník uvěří – pozná odborníka.

Když o vás nic nevím, jak vám mám věřit a něco si koupit? Nabídnete-li ale rady, tipy, pomoc, články, FAQ, návody, postupy nebo řešení, pak vám můžu věřit a koupit.

A tak i Hledačům pomalu dochází, že klíčem k úspěchu na internetu není designový web nebo jen dokonalé SEO, ale že budoucností je schopnost nabídnout informace – hodnotné, užitečné, praktické, věcné – takové, které pomáhají. A pak prodávají.

Zlatý důl - kontakty

Pokud máte málo kontaktů, neříkáte si o ně.

I Hledači příležitostí mají často prodejní plochu, pěknou výlohu, zboží v obchodě a dokonce umí i prodávat. Jenže neprodávají. Nemají komu. Nemají zákazníky. Nemají komu říct, aby za nimi přišli nakoupit. Proto pak utrácí za drahou reklamu. To, co vydělají, zase utratí za lákání lidí do obchodu.





Strategický podnikatel ví, že peníze za reklamu a propagační marketing musí investovat chytré, a proto jeho reklamní kampaně mají vždy jeden hlavní cíl: budování databáze kontaktů. Databáze kontaktů je nejlevnější a největší zdroj zákazníků. Proč ale Hledači příležitostí nevydělávají, když je na trhu tolik komerčních databází kontaktů?

Protože nepochopili, v čem je hodnota databáze. Nejde o telefon nebo email. Jde o vztah a důvěru. Kontakt, který vás nezná a nevěří vám, není zdrojem okamžitého zisku. Proto je tak neúčinný telemarketing, proto jsou tak zklamáni ti, kteří zkoušeli posílat emaily na kontakty ze zakoupené databáze. Proto si Hledači příležitostí stěžují, že email marketing nefunguje.

Hledači příležitostí obtěžují a posílají prodejní jeden email za druhým na nekvalitní databázi, a proto neprodávají a neprodají. Přeskočili krok B – budování důvěry a vztahu. Pro prodej je totiž zásadní pečlivě a vytrvale budovaná databáze a kontakty, které vás znají a věří vám. Jen tam, kde jste vybudovali vztah, můžete udělat prodej. A takové kontakty jsou pak zdrojem nekonečného příjmu.

Databáze se dnes buduje na webu. Zdrojem přísunu nových kontaktů jsou online webové formuláře. A Strategický podnikatel to ví.

Chytrá komunikace

Rádi nakupujeme, ale nemáme rádi, když se nám prodává. David Ogilvy

Poslední nezbytnou dovedností Strategického podnikatele je používání správných nástrojů. K čemu? Ke komunikaci. Strategický podnikatel ví, že komunikace živí dobrého obchodníka. Používá vždy nejmodernější a nejefektivnější nástroje a učí se je používat co nejlépe a co nejvíce. Email, telefon, textové zprávy, dopisy, Facebook aj. Komunikace je nástrojem, pomocí kterého provádí zákazníka všemi fázemi prodeje. A aby brzy uslyšel od zákazníka ano, činí tak nejlépe opakovaně a automaticky.

Klíčem je tedy přemýšlet nad komunikací, a to přemýšlet strategicky a vnímat komplexně každou součást marketingové komunikace. Žádná aktivita, ať už online kampaň, reklama, web, linkbuilding, SEO, PPC, Facebook či email vám sama o sobě nevydělá peníze, pokud nemáte strategický plán.

Mou profesí je email marketing. Dovolte mi se u něj nakonec zastavit. Podle průzkumů





trávíme nejvíce času, kdy jsme u počítače, u emailu. Emaily čte každý z nás. Ale praktiky spammerů a těch, kteří emailem jen obtěžují a denně plní naše schránky prodejními nabídkami, zaslepily mnoho z nás.

Email prý nefunguje a obtěžuje. To je omyl, kvůli němuž se připravujete o nejefektivnější a nejúčinnější nástroj online marketingu, který tu existuje a každý ho denně používá.

Email do starého železa? Naopak. Facebook je nejnáruživější zasilatel emailů (zaregistrujete se bez emailu? ☺). Všechny nové služby, které se objevují, také využívají email. Emailem to začalo, email tu stále je a email tu v nějaké formě vždy bude. Email je adresa, kde žijí vaši zákazníci.

Pokud znáte tuto adresu a znáte způsob, jak se dostat do srdce toho, kdo na ní žije, vyhráli jste. Naučte se emailem strategicky komunikovat a neobtěžovat. Email je vaše prodloužená ruka komunikace 21. století. Email je nástroj, jak budovat důvěru a vztah. Email je způsob, jak dostat lidi na vaši stranu. Email je způsob, jak jim více prodat.

> *Pokud nyní málo prodáváte, problém je ve vaší komunikaci. Změňte styl a formu. Výsledky se dostaví.*

Toto bylo druhých pět dovedností pro to, abyste se stali Strategickým podnikatelem a obchodníkem: Cesta zákazníka, Magnet na zákazníky, Tržiště 21. století, Zlatý důl – kontakty a Chytrá komunikace.





Prošli jste cestou kolem 10 dovedností, které vám mohou změnit život a podnikání. Mně je tyto dovednosti změnilo. Dejte si bod za každou dovednost, kterou ve své práci, životě a podnikání už zvládáte. Málo bodů může být důvodem, proč zatím nemáte vlastní zlatý důl. Cestu ale už znáte.

Mám radost, že jste došli až sem. To samo o sobě znamená, že už jste možná blízko zlaté žíly. Předpokládám totiž, že Hledač příležitostí odpadl někde u druhé dovednosti. Jeho víra ho asi odvedla kopat zase jinde 😊. Nyní ale slíbená zpráva.

Možná si říkáte, proč vám tyto věci vůbec říkám, co z toho mám? Pokud jste četli pečlivě, odpověď už asi znáte. Poznali jste, jak přemýšlím, co si myslím a co dělám. Pochopili jste, jaké dovednosti byly nejenými milníky na cestě úspěšného podnikání s internetem.

Líbily se vám? Ano? Pak jste vykročili i vy. A pokud chcete tyto milníky prozkoumat podrobně, pokud nechcete jen chodit kolem nich, mám pro vás návrh. Co kdybyste dostali na další cestu do ruky podrobnou mapu a k tomu bych vám řekl, že nemusíte jít sami? Šli byste dále?

Přidejte se ke mně a k dalším podnikatelům a vstupte do EmailAcademy: <http://www.EmailAcademy.cz/prihlaska>, nebo přijďte na akci EmailAcademy Živě: <http://www.EmailAcademy.cz/zive>.

Přihlaste se také na <http://www.EmailAcademy.cz> k bezplatným tréninkovým videím a sledujte emaily, v nichž posílám tipy a důležité informace, jak můžete těžit z email a online marketingu.

Jděte do akce. Vyzkoušejte si na 30 dní zdarma profesionální nástroj pro email marketing na www.SmartEmailing.cz.





Nepřestávejte kopat. Už vidíte zrníčka? Pak je zlato blízko. Když vydržíte, něco ve vašem životě se změní. A vaše kopání mělo smysl.

Při kopání zároveň nezapomínejte přemýšlet, zda teď kopete těmi správnými nástroji a správnou technikou. Možná existuje způsob, jak kopat rychleji.

Přeji vám mnoho sil.

Zjednodušte si život díky emailu a internetu.

David Kirš

PS: Více informací najdete také na <http://www.DavidKirs.cz>.

