



MANUÁL K TRÉNINGU

MAJSTER PREDAJA

Ako predat' seba, produkt, víziu či príležitosť

ŠPECIÁLNE PRE



IMPERIAL Gold

Fortes Fortuna Adiuvat



facebook.com/AndyWinsonOfficial

instagram.com/AndyWinsonOfficial

tiktok.com/@AndyWinsonOfficial

youtube.com/AndyWinson

AndyWinson.sk

Na obsah materiálu sa vzťahuje copyright © Andy Winson 2022. Všetky práva vyhradené. Reprodukcia, prenos, šírenie alebo ukladanie častí alebo celého obsahu v akejkoľvek forme, bez predchádzajúceho písomného súhlasu autora, je zakázané.

Grafika a sadzba © Monika Betincová

PREDAJ SA

Byť obchodníkom je tá najlukratívnejšia práca na svete. Má obrovský potenciál zlepšovať kvalitu Vášho života, ale aj života druhých ľudí.

Prináša časovú, ako aj finančnú slobodu a je nekonečným zdrojom pre neustály rast a napredovanie.

Avšak stať sa úspešným obchodníkom sa, bohužiaľ, nepodarí každému.

Kľúčom k úspechu je dôvera v seba samého a uvedomovanie si vlastnej sebahodnoty.

Stať sa Majstrom Predaja je totiž o schopnosti predáť sa.

Vedieť odprezentovať svoje myšlienky a nadchnúť pre ne ostatných natoľko, že budú chcieť s Vami spolupracovať a udržiavať dlhodobé vzťahy.

Až vtedy dokážete presvedčiť o svojej službe, produkte, vízii či príležitosti kohokoľvek a s oveľa väčšou ľahkosťou.

A ja Vám gratulujem k rozhodnutiu zúčastniť sa dnešného špeciálneho tréningu.

Práve sa chystáte ovládnuť pokročilé stratégie, zručnosti a nástroje, ktoré Vám umožnia sa stať produktívnejším, efektívnejším a zaznamenať celkové zlepšenie Vašich výsledkov.

Nahliadneme do psychológie predaja, pozrieme sa na to, čo stojí za procesom rozhodovania sa Vašich klientov a spoločne odhalíme tajomstvo hypnotickej reči.

Čaká nás naozaj intenzívny deň. Vyzývam Vás preto k záväzku dať dnes zo seba maximum. Som presvedčený, že každý kúsok vynaloženej energie, sústredenia, nasadenia a ochoty ísť do akcie Vám umožní dosiahnuť želaný úspech.

Môžem Vás uistiť, že Vaše rozhodnutie zúčastniť sa tohto tréningu bolo správne. A mne je ctou, že Vás môžem pri tom sprevádzať.

Ďakujem za Vašu dôveru.

S úctou k Vašej jedinečnosti



CVIČENIE O SÚČASNOSTI

Definuj, čo pre teba znamenajú jednotlivé pojmy:

1. MLM je...

2. Peniaze sú...

3. Úspech je...

4. Neúspech je...

5. Uzavretie objednávky je...

6. Odmietnutie od zákazníka je...

7. Predaj je...

8. Presviedčanie druhých je...

9. Telefonovanie s kamarátom/kou je...

10. Telefonovanie potenciálnemu zákazníkovi je...

11. Budovanie vlastného tímu je...

12. Akú činnosť robíš v živote najradšej?

Je to ako?

13. Kto si?

Si ako čo?

PREČO KUPUJEME

Ľudia si nekúpia tvoj výrobok alebo službu, pokiaľ nebudú cítiť tlak, aby to urobili. Poznáme dva druhy tlaku:

- **Vonkajší tlak** pochádzajúci zvonka (napríklad z televízie alebo požiadaviek predajcu)
- **Vnútorň tlak** pochádzajúci zvnútra vo forme prirodzenej túžby po tvojom výrobku alebo službe

Z oboch druhov tlaku je to práve *vnútorň tlak*, ktorý je silnejší, keďže ľudia kupujú na základe vlastných pohnútok.

DVOJAKÉ SILY MOTIVÁCIE: BOLEŠŤ A POTEŠENIE

Všetko ľudské konanie poháňajú dve sily:

- túžba vyhnúť sa bolesti
- túžba získať potešenie

Ľudia sú ochotní urobiť oveľa viac pre to, aby sa vyhli bolesti ako pre to, aby získali potešenie.

Ak ľudia nekupujú, tak je to preto, lebo si spájajú viac bolesti s kúpením ako s nekúpením.

Ak ľudia kupujú, tak je to preto, lebo si spájajú viac potešenia s kúpením ako s nekúpením.

*„Ako predajca musíš predávať pozitívne dôsledky, ak kúpia
a negatívne dôsledky, ak nekúpia.“*

VYTVOR TÚŽBU ALEBO PROBLÉM

- Inak klient nekúpi

- Nájdi ich najhlbšie potreby.
- Zisti ich hodnoty.
- Klad' otázky.

PROCES PREDAJA

Je proces, v ktorom je potrebné nájsť bolesť ľudí, rozrušiť ich, rozprúdiť ich bolesť, nechať ich tú bolesť precítiť a potom ich vyliečiť/zachrániť pomocou nových možností, zvyčajne vo forme tvojich produktov alebo služieb.

KROK Č. 1

Nájdí hlbokú túžbu alebo záujem.

Pamätaj, ľudia nekupujú potreby - kupujú túžby.

KROK Č. 2

Rozruš ich. Rozprúdenie ich bolesti nie je negatívne.

Tvojou úlohou je stať sa liekom na túto bolesť.

KROK Č. 3

Ukáž im, ako vyliečiť ich nepohodu použitím tvojho produktu.

Presvedčanie je proces, ktorým spôsobíš, aby si tvoji klienti jasne spojili svoje najväčšie túžby a pocity alebo stavy s nimi súvisiace práve s tvojím produktom alebo službou.

Nerozrušený perspektívny klient nič nekúpi

Presvedčanie je proces, ktorým spôsobíš, aby si tvoji klienti jasne spájali svoje najtúžobnejšie pocity alebo stavy s tvojím produktom alebo službou. Druhá časť presvedčania spočíva v docielení toho, aby si klienti spájali *nekúpenie* s bolesťou.

EDPKT = Emocionálne dôvody, prečo kúpiť teraz

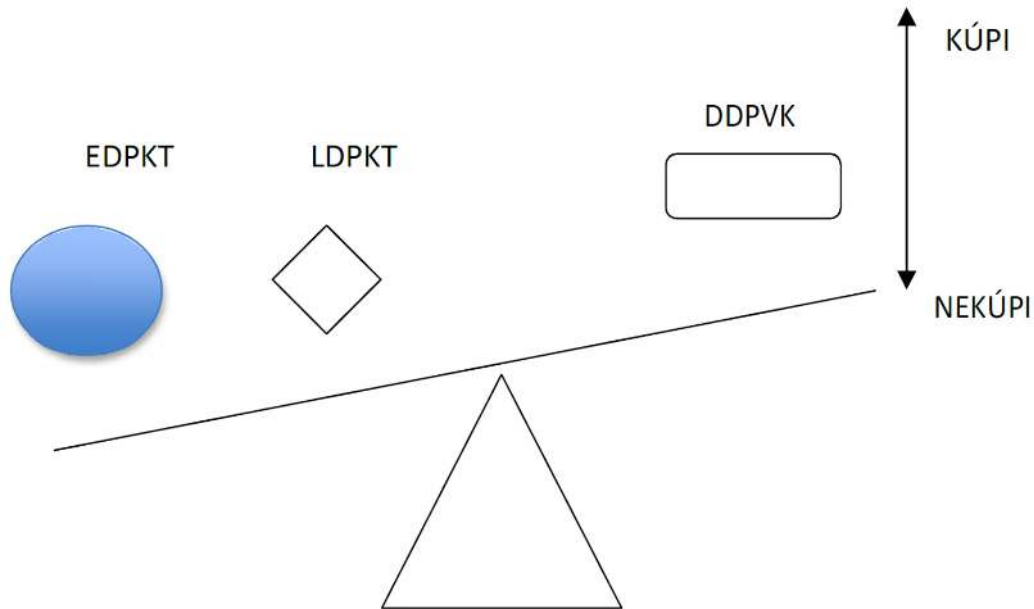
LDPKT = Logické dôvody, prečo kúpiť teraz

DDPVK = Dominantné dôvody, prečo sa vyhnúť kúpe

PRINCÍP PRESVIEDČANIA

Stratégia, ako nakupujeme, keď nakupujeme.

Ako to robíte, keď to robíte?



Ak je niekto na hrane, vytvor trochu viac
Bolesti a to vytvorí viac túžby.

EDPKT - **Emocionálne Dôvody, Prečo Kúpiť Teraz**

Ak ti nebudú stačiť, treba k nim pridať...

LDPKT - **Logické Dôvody, Prečo Kúpiť Teraz**

Na to, aby sme niekoho primäli kúpiť, potrebujeme veľkú dávku
Túžby Alebo Bolesti

Je ťažké skúšať s niekým uzavrieť obchod bez veľkej dávky
Túžby Alebo Bolesti

Pamätaj: Ľudia kupujú z emocionálnych dôvodov a zdôvodňujú si to logikou.

CVIČENIE

1. Uved' tri veci, ktoré si skutočne chcel a nakoniec si si ich aj kúpil.

Čo ťa presvedčilo si ich kúpiť?

Akú túžbu (EDPKT) si konkrétne mal?

Aké boli tvoje logické dôvody konkrétne (LDPKT)?

Ktoré boli tvoje dominantné dôvody, prečo sa vyhnúť kúpe (DDPVK)?

2. Uved' tri veci, ktoré si skutočne chcel, ale napriek tomu si ich nekúpil. Prečo si ich nekúpil?

Akú kombináciu EDPKT, LDPKT a DDPVK si mal?

3. Vyber si jednu z vecí, ktorú si nekúpil a predstav si, že si predajca. Aká kombinácia EDPKT, LDPKT a DDPVK by bola tou správnou kombináciou, ktorá by ťa presvedčila kúpiť?

VYTVORENIE STUPIENKOV ZÁUJMU/PRESVEDČENÍ

P-R-E-S-V-E-D-Č

1. **P**-rovokuj. **Urob veľké odvážne tvrdenie** o niečom, čo je predmetom záujmu potenciálneho klienta.
2. **R**-azantne **odaj FAKT použitím slova Pretože**. Bud' pripravený podložiť svoje tvrdenie faktom.
3. **E**-mocionálnu **VÝHODU zdôrazni**: „Čo pre vás znamená...“ Poskytni emocionálnu výhodu.
4. **S**-tupňuj **ďalšiu VÝHODU**: „Čo pre vás skutočne znamená, je...“ Poskytni ešte osobnejšiu emocionálnu výhodu.
5. **V**-eľký **DÔKAZ na podloženie provokácie - tvrdenia**: „A dôvod, prečo to hovorím, je...“
6. **E**-šte **odaj ďalší DÔKAZ na podloženie provokácie - tvrdenia**: „Ďalší dôvod, prečo to hovorím, je...“
7. **D**-ovol' **si pýtať sa klienta OTÁZKY a zisťovať**: „Účelom tohto kroku je získať vaše odpovede na pár otázok.“
8. **Č**-as **na TESTOVANIE záujmu a presvedčenia klienta**. Testovaním zisťuješ, či je u klienta vytvorený záujem a či je presvedčený kúpiť alebo ho potrebuješ ďalej PRESVEDČAŤ.

CVIČENIE

Vytvor si stupienky presvedčenia pre svoj produkt, službu alebo niečo, čím chceš na niekoho vplývať. Použi osem krokov na vytvorenie stupienkov záujmu:

1. Provokuj. Urob veľké odvážne tvrdenie:

.....

.....

.....

.....

.....

2. Razantne dodaj FAKT: **Pretože...**

.....

.....

.....

.....

.....

3. Emocionálnu VÝHODU zdôrazni: **Čo pre vás znamená...**

.....

.....

.....

.....

.....

4. Stupňuj ďalšiu VÝHODU: **A čo pre vás skutočne znamená...**

.....

.....

.....

.....

.....

5. Veľký DÔKAZ na podloženie provokácie - tvrdenia: **Dôvod, prečo to hovorím, je...**

.....

.....

.....

.....

.....

6. Ešte dodajte ďalší dôkaz na podloženie provokácie - tvrdenia: **Ďalší dôvod, prečo to hovorím, je...**

.....

.....

.....

.....

.....

7. Dovoľ si pýtať sa klienta OTÁZKY a zisťovať: **Účelom tohto je získať vaše odpovede na pár otázok.**

.....

.....

.....

.....

.....

8. Čas na TESTOVANIE záujmu klienta: **Aký máte názor... Čo by to pre vás znamenalo? Ako sa cítite, keď...? Aký máte dojem...?**

.....

.....

.....

.....

.....

HYPNOTICKÝ JAZYK

Súbor jazykových vzorcov, pomocou ktorých dokážeš získať pozornosť klienta, nasmerovať jeho myšlienky tam, kam chceš a predávať s oveľa väčšou ľahkosťou.

NE

„Blížiacu sa krízu nezvládnete.“

„Za žiadnych okolností si nespomínajte na pocit z vašej dovolenky.“

„Nebojte sa, nebude to bolieť.“

ALE

„Možno nie sme najlepší, ale pracujeme na tom, aby sme sa každý deň zlepšovali.“

PREDEFINOVANIE TÉMY

Nejde o X, ale o Y, a preto...

X - je vec, o ktorej hovoríš

Y - je téma, o ktorej chceš hovoriť

„Nejde o to, koľko to stojí, ale o to, ako bude vyzerat' váš život o 10 rokov, keď s tým nič neurobíte teraz.“

SÚHLASNÝ POSTOJ

Súhlasím... a dodal by som, že...

„Súhlasím s tým, čo ste povedali a dodal by som, že existuje aj iný spôsob, ako sa dá na to pozerat'.“

Súhlasím... a to znamená, že...

„Súhlasím s tým, že je to drahé a to znamená, že dostanete vysoko kvalitný produkt.“

.....

.....

.....

.....

.....

UVEDOMENIE

Všimnúť si, uvedomiť si, zažiť...

„Uvedomujete si, akú istotu vám dá tento náš sporiaci plán?“

Odpoveď klienta: „NIE“

„Rozumiem, že si to zatiaľ neuvedomujete, a je to preto, že sme ešte neriešili všetky výhody, ktoré sa týkajú vás a vašej rodiny. Urobíme to hneď teraz?“

.....

.....

.....

.....

.....

3 KROKY K MAJSTROVSTVU

1.
2.
3.

Háčik

- Cieľom je strhnúť pozornosť
- Šokujúce fakty
- Vlastná skúsenosť

Príbeh

1. Tvoja minulosť
2. Čo sa ti nepáči
3. Našiel som riešenie
4. Pocit do budúcnosti

Skôr sa stotožníš s bolesťou ako s úspechom.

Najdôležitejšie je

Ponuka

- Neodolateľná ponuka
- Bonusy
- Momentum
- Vytvor záväzok klienta

10 DŮVODOV, PREČO JE OBCHODNÁ PRÍLEŽITOSŤ TAKÁ DOBRÁ PRÁVE TERAZ

1.

.....

2.

.....

3.

.....

4.

.....

5.

.....

6.

.....

7.

.....

8.

.....

9.

.....

10.

.....

ESO Z RUKÁVA

Je to niečo, čo klient nečaká. Je to bonus. Vytváraš si u klienta záväzok, že si pre neho urobil niečo, čo si nemusel. Stáva sa tvojím „dlžníkom“.

CVIČENIE

Napiš minimálne 3 veci, ktoré môžeš dať tvojmu klientovi ako ESO z rukáva.

CVIČENIE O SÚČASNOSTI

Definuj, čo pre teba znamenajú jednotlivé pojmy:

1. MLM je...

2. Peniaze sú...

3. Úspech je...

4. Neúspech je...

5. Uzavretie objednávky je...

6. Odmietnutie od zákazníka je...

7. Predaj je...

8. Presviedčanie druhých je...

9. Telefonovanie s kamarátom/kou je...

10. Telefonovanie potenciálnemu zákazníkovi je...

11. Budovanie vlastného tímu je...

12. Akú činnosť robíš v živote najradšej?

Je to ako?

13. Kto si?

Si ako čo?

KAM SI SA DNES POSUNUL?

CVIČENIE



1. Čo je po dnešnom tréningu inak v tvojej mysli?

2. Aké nové rozhodnutie si prijal?

3. Aké nové zdroje si získal?

4. Kým si sa stal vo svojom vnútri?

5. Aký záväzok si si dal pre seba?

ČO MÁM SPRAVIŤ TERAZ?

Uved' **3 akcie, ktoré podnikneš hneď teraz**, pretože ťa k tomu podnietil tento tréning:

1.

.....
.....
.....

2.

.....
.....
.....

3.

.....
.....
.....

POZNÁMKY

POZNÁMKY

POZNÁMKY

POZNÁMKY

Gratulujem Ti.

Našiel si spôsoby, ako posunúť svoje predajné zručnosti na nový level.

Buď odvážny a vydaj sa na Tvoju novú cestu!

Držím Ti palce.

Ak Ti tréning pomohol a myslíš si, že je dôležitý aj pre iných ľudí, staň sa naším fanúšikom a napíš nám Tvoje pocity a zážitky na:

www.facebook.com/AndyWinsonOfficial

www.instagram.com/andywinsonofficial

[tiktok.com/@AndyWinsonOfficial](https://www.tiktok.com/@AndyWinsonOfficial)

[youtube.com/AndyWinson](https://www.youtube.com/AndyWinson)

Ďakujem.

S úctou k Tvojej jedinečnosti



**„Dnes ste trénovali,
zápas začína od zajtra každý deň.“**

Andy Winson

www.AndyWinson.sk

Tréningy:

www.ObjavSvojuSilu.sk

www.TajomstvoMysleBohatych.sk

www.NajlepsiRokMojhoZivota.sk

www.10xEnergy.sk

Profesionálne tréningy:

www.NewCodeNLP.sk

www.MajsterKomunikacie.sk

www.MajsterPodii.sk

www.MajsterPredaja.sk

www.MajsterMLM.sk

www.SuperLeader.sk

Iné weby a produkty:

www.Metagram.sk

www.KlubAndyhoWinsona.sk

www.DiarUspechu.sk

www.WinsonEnergy.sk

www.Vykonam.sk

www.objavsvojusilu.sk/v-krize/

www.objavsvojusilu.sk/rozhav-svoj-vztah/

www.MakacVsBohac.sk

Skupiny:

www.facebook.com/groups/99dni

www.facebook.com/groups/m3tagram