

Neprodává se to?

3 věci, které  
zkontrolovat jako  
první

[WWW.LUCIEHABERLOVA.CZ](http://WWW.LUCIEHABERLOVA.CZ)



# 01 *Nikdo to nechce.*

Spousta skvělých produktů skončí na smetišti podnikatelských ambicí - protože první pokusy o prodej skončí nezdarem.

Tak to prostě asi nikdo nechce...

Možná tomu tak skutečně je (ne každý produkt se povede) - ale s mnohem větší pravděpodobností je ten problém někde úplně jinde.

Jdeme pátrat společně? Super.

Ukážu ti přesně 3 místa, kam se podívat, než svůj kurz, membership, službu nebo jiný produkt odepíšeš.



# Návštěvnost

Tvůj produkt nikdy nekoupí všichni, kdo o něm uslyší.  
Průměrná konverze je 1-2%.

Zkus svou nabídku ukázat více lidem, než začneš pátrat dál.



# Konverze

3 slova. Messaging, UX a technické nastavení.  
Všechna 3 ti mohou podrazit nohy.

- Chybný messaging znamená, že lidé nabídce nerozumí, nechápou její přínos nebo to nedočkou do konce.
- UX problémy způsobují to, že proces objednání není intuitivní - a spoustu lidí odradí.
- A technické nastavení? Už jste někdy zkoušeli úspěšně objednat před nefunkční formulář?



# Produkt

Možná je ten problém skutečně v produktu. Což ale ještě automaticky neznamená, že je to špatný produkt.

Co když je jen příliš (nebo málo) obsáhlý a pokročilý pro tvoji cílovou skupinu? Co když ho potřebuje někdo jiný, než komu ho teď nabízíš? Ověř to, než se ho rozhodneš zahodit.



## 02 *Návštěvnost.*

Marketing je hra čísel. A prodej taky.

Pokud jsou příliš nízká vstupní čísla, jsou nízké i výsledky.

Z 10 návštěvníků 20 prodejů nevykřešeme.

Obvyklá konverze je 1-2%.

To znamená, že z každých 100 lidí by měl ideálně nakoupit alespoň jeden. Pokud z vaší první stovky nikdo nenakoupil (a zejména, pokud prodáváte tzv. studenému publiku), počkejte ještě na další stovku nebo 2 - protože jen tak máte jistotu, že to není odchylka, která v celkových číslech nic neznamena.

Pokud tady chybu nenajdete, stejně se k tomuhle bodu později vraťte. Dostat svoji nabídku před více očí je nejjednodušší způsob, jak zvýšit prodeje.



## 03 Konverze.

Návštěvnost máte dobrou, ale lidé nenakupují? Ještě pořád to nemusí být produktem.

Nejdříve se zaměřte na texty, kterými se snažíte svůj produkt prodat. A ideálně si je nechte zkontrolovat někým, kdo váš produkt nezná. Je to srozumitelné? Má chuť číst dál?

Pokud ano, ptejte se: je cesta od vstupního bodu až k tlačítku Objednat a zaplatit, jednoduchá? Nebo lidé hledají tlačítko, cenu či jinou důležitou informaci?

A potřeť - jde to reálně objednat a zaplatit? Načítá se všechno správně?

Tady platí jedině. Měřit, sledovat chování návštěvníků a vyhodnocovat výsledky. Jestli neumíte s Google Analytics, zkuste jednodušší Microsoft Clarity. Má všechny potřebné nástroje zdarma.



## 04 Produkt.

Chyba může být v produktu. V tom, že ho nikdo nechce - nebo za něj nikdo nechce zaplatit požadovanou cenu (což je buďto problém cenotvorby, nebo toho, že nemáte dobře popsané přínosy nabídky).

Jak se do situace, kdy váš produkt nikdo nechce, dostat?  
Ověřte si poptávku a zájem **před tím**, než ho začnete tvořit.  
Prodejte beta verzi, kterou vytvoříte až během samotného kurzu.

Nikdo na vaši prodejní stránku nereaguje? Zkuste ji nejprve vyladit. Zkuste změnit publikum, které oslovujete. Ptejte se svých kontaktů a návštěvníků, proč nenakoupili. A se získanými odpověďmi aktivně pracujte.

Budete vycházet z dat a reálných odpovědí potenciálních klientů - nikoliv z doměnek a zklamání z toho, že se váš produkt neprodává.

# Návštěvnost, konverze, produkt.

*Nebudeme o tom jen mluvit, že ne? :-) Vyber si jeden ze svých produktů, u kterého chceš posílit prodeje - a odpověz na otázky:*

*Kolik lidí nabídku / prodejní stránku vidělo?*

*Je popis nabídky 100% srozumitelný? Popisuje produkt, problém, který řeší, výsledky a řeší obvyklé námitky potenciálních zákazníků?*

*Dává smysl cena v kontextu popisu nabídky?  
Ne vám, ale tomu, kdo vás nezná.*

*Je proces objednání jednoduchý? Navazují na sebe texty logicky?  
Je tlačítko pro objednání výrazné a najdu ho na všech důležitých místech?*

*Otestoval někdo proces objednání? Funguje všechno, jak má?*

*Je produkt vhodný a cenově dostupný pro publikum, kterému ho nabízíme?*

*Co odpovídají potenciální zákazníci na otázku: "Proč jste nenakoupili?"*

# Lucie, můžeš mi s tím pomoci?

*I když je tenhle materiál hlavně poděkování za referenci a ne prodejní nástroj, pokud tě tahle otázka při čtení předchozích stránek napadla, tak ti na ni samozřejmě odpovím.*

*Na posílení prodeje jsem natočila hned 3 kurzy. Ten první se jmenuje Funnel za 2 týdny. V tuto chvíli se neprodává samostatně, ale jen jako bonus k ročnímu členství v klubu Get It Done. Navíc Ti k němu ale přidám skvělý kurz FB reklamy (aktualizovaný na nový algoritmus Andromeda). Pokud tě to zaujalo, mrkni na <https://kurzy.luciehaberlova.cz/kurz-fb-reklamy-2-day-testing-formula/>*

*Druhý kurz, který by se ti mohl hodit, se jmenuje Perfektní prodejní stránka. V té učím, jak napsat stránku, která skutečně prodává. Najdeš ho na <https://kurzy.luciehaberlova.cz/bootcamp/>*

*Všechny 3 zmiňované kurzy jsou natočené předem a můžeš si je projít ve svém vlastním tempu.*

DÍKY ZA REFERENCI A ZA PŘEČTENÍ!

XOXO LUCIE