

UMÍM DĚLAT Z KLIENTŮ PŘÁTELE

Dostáváme se k závěru vašeho studia Just Grow. Jistě si odnášíte mnoho poznatků a uvědomění. To nejcennější, co přichází, je váš růst. Rozvíjíte sami sebe, ale také ostatní. Tento blok je o tom, jak dělat z klientů přátele, což je v podstatě umění. A protože na UAM učíme praxí, dobrou praxí, opět v tomto studijním materiálu uvádíme cenné zkušenosti. Jedná se o výpovědi Martina Doležala, aktuálního studenta a lektora na UAM, zkušeného obchodníka a zemského ředitele Prosperity Financial Services.

Věříme, že i tento materiál vám bude bohatou inspirací. Ať se vám daří!

OBSAH

CROSS / UP SELLING	4
VLASTNÍ KLUB / NETWORKING SKUPINA	5
PRORŮSTÁNÍ SE DO SOCIÁLNÍ SFÉRY KLIENTŮ A JEJICH PŘÁTEL	6
ZDROJE.....	7

CROSS / UP SELLING

Jaký obchodník by nechtěl prodat co nejvíce a za co největší cenu. Jedním z osvědčených postupů je zákazníkovi k zakoupenému zboží nabídnout něco, co s kupovanou věcí nebo službou souvisí. Tento postup je v marketingu známý jako **cross-selling**.

Příklad: K tiskárně nabídněte tonery, k dovolení cestovní pojištění atd.

Jiný postup spočívá v nabídnutí kvalitnějšího a dražšího zboží na základě zákazníkova požadavku. Tomu se říká **up-selling**.

Příklad: Nabídněte zákazníkovi dražší tiskárnu, která má lepší funkce než ta, kterou si vybral, nebo o něco dražší dovolenou na stejném místě, zato v luxusnějším hotelu.

Využívání cross / up sellingu je součástí obchodníkovy strategie. V rámci marketingových aktivit, jako je e-mailing nebo direct-mailing, obchodník oslovuje zákazníky, kterým zboží nebo službu už prodal, a nabízí jim související doplňky nebo lepší typ téhož zboží či služby.

„Semínko úspěchu je služba. Nevnučujte nic lidem, ale pomáhejte jim. Dělejte obyčejné věci neobyčejně. Protože když někdo svému produktu nebo službě věří, umí prodávat a je autentický, tak lidem dokáže vnutit prakticky cokoli. Třeba i vlastní rodině nebo přátelům. Být autentický je nad všechny poučky, tipy a triky,“ vysvětluje Martin Doležal, student a lektor UAM, zkušený obchodník a zemský ředitel Prosperity Financial Services.

„Když děláte něco tak, jak nejlépe dovedete, nemůžete neuspět“, je jedním z poselství z knihy Richarda Bransona, britského podnikatele a miliardáře, známého jako majitele značky Virgin.

VLASTNÍ KLUB / NETWORKING SKUPINA

Networkingu jsme se věnovali v minulém bloku. V tuto chvíli již víte, jak networking funguje a jak si díky němu vytvořit zdroje kontaktů pro vaše podnikání. Minulý blok se soustředil na budování vaší značky. Tento blok je zaměřený na obchodní přátelství. Proto se na networking podíváme z jiného úhlu pohledu: Mít vlastní klub/networking skupinu, kde jsou členy vaši známí, je velkou výhodou, protože vaši známí do něj mohou přizvat jejich známé. Vzniká tak opět jiná komunita lidí.

Na začátku budování vlastního klubu nebo networkingové skupiny stojí nápad: **spojování svých známých**. Inspiraci lze čerpat z několika již existujících podnikatelských klubů, protože každý z nich to dělá trochu jinak. **Ptejte se sami sebe:**

- Jakou komunitu chci budovat a jaká témata chci řešit?
- Jakou formu chci svému klubu dát?

Jak se říká, víc hlav více vymyslí, a proto je dobré, spojit síly, tedy budovat klub s někým. Mít někoho, kdo dá projektu řád, kdo se bude věnovat řízení a operativě, kdo se bude starat o účetnictví, marketing a HR, kdo bude moderátorem a tváří klubu... Správně nastavený projekt má tu sílu, že přitahuje ty správné lidi. Společně můžete pozvat do klubu více lidí, ať už vašich přátel nebo kolegů z branže.

Nebo můžete dělat **fransízing**: rozjet pobočku již existujícího podnikatelského klubu. Některé kluby jsou totiž členy České asociace franchisingu. Pokud chcete mít něco svého a zároveň chcete postavit své podnikání na už zavedené a známé značce, je pro vás fransízing vhodnou volbou. Budete mít po svém boku podporu od fransízora a kontakty na klienty a dodavatele, což vám rozjezd businessu rozhodně usnadní.

PRORŮSTÁNÍ SE DO SOCIÁLNÍ SFÉRY KLIENTŮ A JEJICH PŘÁTEL

Když budete poskytovat službu nebo řešení problému a pomůžete tím třeba vlastní rodině nebo přátelům, příp. budete spojovat své známé v rámci vašeho vlastního klubu, otevrou se vám dveře do sociální sféry přátel vašich přátel (klientů). Abyste se lépe orientovali v tom, kdo je váš skutečný přítel a jak to poznat, uvádíme zkušenosti Martina Doležala, pro kterého je přátelství jednou z nejdůležitějších věcí v životě.

Tenká hranice mezi pracovním a osobním vztahem

„V businessu se vztahy obecně navazují rychleji než v osobním životě. Přičemž mezi pracovním a osobním vztahem jde nějaká hranice těžko poznat. Samozřejmě se stává, že se někdo v businessu tváří jako skutečný přítel, ale vlastně tím chce jen něco sledovat a zaháčkovat si vás. Umělé přátelství je o umělém zájmu. Patří k tomu dárky na Vánoce nebo narozeniny“.

Zkouška vztahu

„Opravdový zájem o toho druhého jde celkem dobře poznat a otestovat – hlavně na penězích, protože pokud vás někdo nezradí na penězích, nezradí vás ani v jiných situacích. Že se jedná o skutečného přítele, poznáte, když váš vztah trvá i přesto, že business mezi vámi skončí. Konec pracovního vztahu není příjemný a možná to ten osobní vztah na chvíli naruší, ale pokud ho uzdravíte, můžete pokračovat jako přátelé v osobní rovině. Vztahy a čas, to je jako oheň a vítr. Slabý ho sfoukne, silný ho rozdmýchá“.

Skutečné přátelství je o skutečném zájmu

„Kromě dárek dostáváte i něco navíc: férovost a zájem o vaši osobu, o vaše osobní záležitosti. Ten druhý vám naslouchá a dává vám pozornost jen tak, nejen kvůli businessu. Skutečný zájem nejde nahrát ani schovat. Samozřejmě i když se jedná jen o business, měl by tam být upřímný zájem. Ale opravdové přátelství je nad rámec businessu“.

Až si tedy vytvoříte přátelský vztah s vaším klientem, zkuste poznat i jeho přátele. Pokud máte vlastní klub nebo networkingovou skupinu, pozvěte je na setkání. Nebo na neformální akci, kterou pořádáte, např. na večeři, sportovní aktivitu či oslavu narozenin. Příležitostí poznat přátele vašich přátel se nabízí mnoho.

ZDROJE

BRANSON, Richard. *Tak to dělá Virgin: jak se královsky bavit a budovat přitom úspěšnou firmu*. Přeložil Filip DRLÍK. Praha: Voxi, 2019.

Co je cross selling a up-selling? In: *Altaxo: Komplexní služby pro podnikatele* [online]. [cit. 2020-10-26]. Dostupné z: <https://www.altaxo.cz/provoz-firmy/marketing/co-je-cross-selling-a-up-selling>

Gabriela Mrkvicová: „Za každým z nás se skrývají desítky až stovky kontaktů.“ In: *Business Leaders* [online]. [cit. 2020-10-26]. Dostupné z: <https://www.businessleaders.cz/2020/01/gabriela-mrkvicova-za-kazdym-z-nas-se-skryvaji-desitky-az-stovky-kontaktu/>