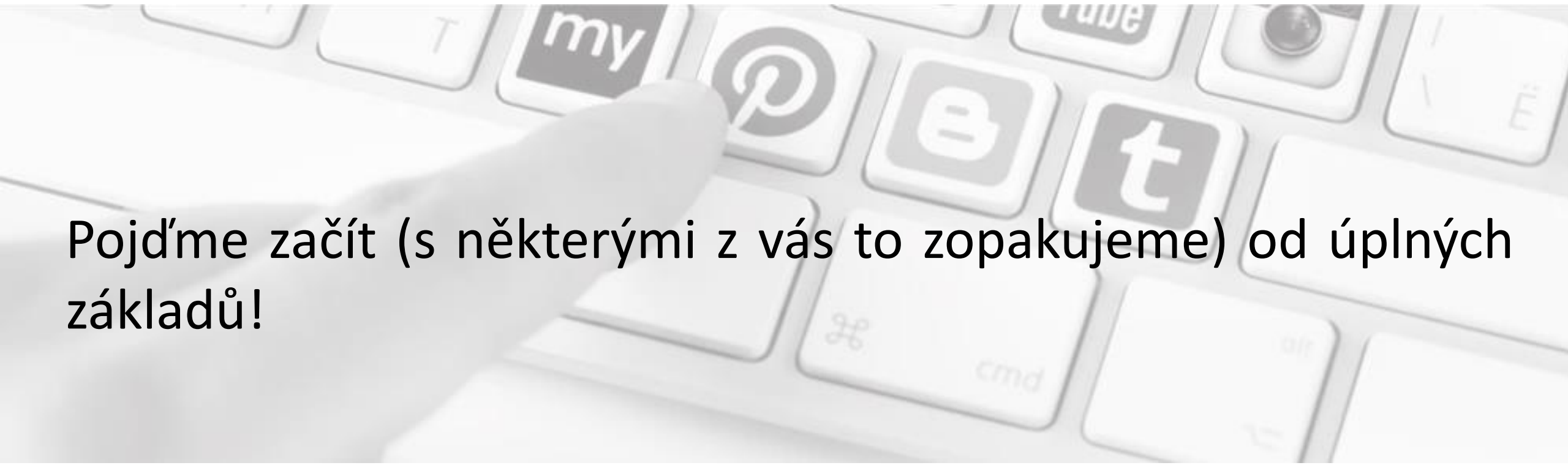


JAK VYUŽÍVAT SOCIÁLNÍ SÍTĚ K ROZVOJI BYZNYSU?



Sociální sítě nejsou jen platformou pro zábavu. Je to rozsáhlá základna pro propagaci jakýchkoliv projektů, včetně byznysu. Co je třeba pro začátek práce na sociálních sítích?



Pojďme začít (s některými z vás to zopakujeme) od úplných základů!

První, co je třeba udělat - definovat, na kterých sociálních sítích budete pracovat. Nejlépe, aby to byly 2-3 sociální sítě. Doporučujeme, na základě zkušeností úspěšných lídrů v propagaci byznysu prostřednictvím sociálních sítí, zvážit **Facebook, Instagram, LinkedIn.**

Je potřeba se zaregistrovat na několika sítích a v budoucnu zvolit tu, ve které je nejrozsáhlejší cílová skupina.

Zaregistrujte se na sociálních sítích a založte si **firemní** stránku, která poví o vás a vaší spolupráci s Coral Club.

Registrace na všech těchto sítích je velmi jednoduchá. Obvykle je na intuitivní úrovni zřejmé, co je potřeba vyplnit a jaká tlačítka zmáčknout.

Takže:

1. Už jsme si zvolili sociální sítě, prostřednictvím kterých budeme pracovat (2-3 sítě).
2. Zaregistrujte se a vytvářejte svojí stránku.



JAK ZAČÍT PRÁCI NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH?

3 součásti práce na sociálních sítích:

1. Vytváření stránky, umístění.
2. Kontakt s potenciálním zákazníkem.
3. Domluvení schůzky.

3 SOUČÁSTI PRÁCE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

Vytvořte (nebo obnovte) stránku na sociální síti, která je určena právě pro rozvoj byznysu.

Dbejte na vizuální vzhled stránky a informace, které byste chtěli sdílet se svými přáteli.

Vytvořte firemní stránku:

Umístěte zde kvalitní fotografii v pracovním stylu

UMÍSTĚNÍ



Jestli plánujete na sociálních sítích propagovat svůj byznys a své služby, budete potřebovat kvalitní fotografii v byznys stylu s přívětivým úsměvem na rtech.

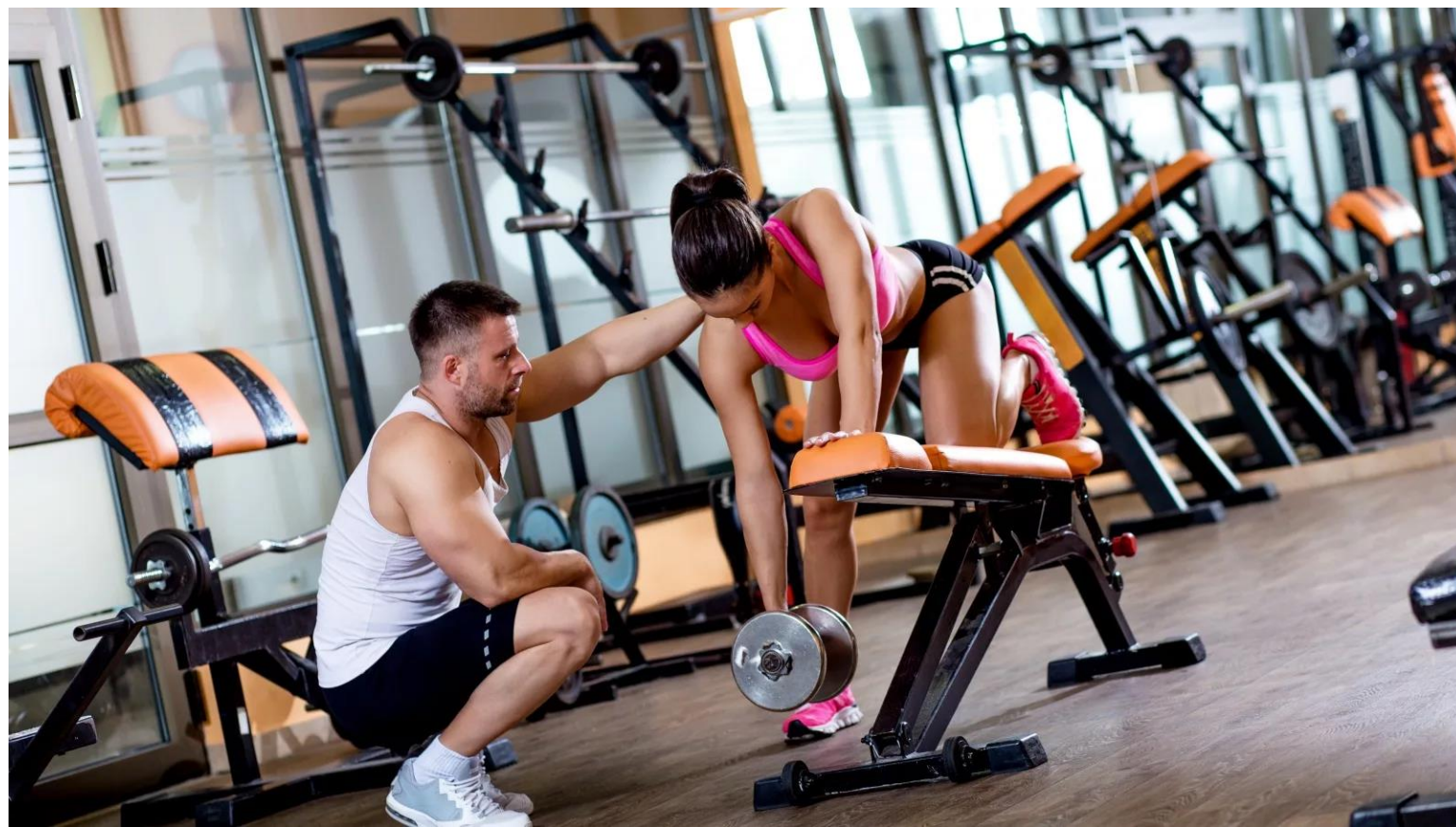
Návštěvník vaší stránky se rozhoduje na základě fotografie, zda bude s vámi spolupracovat jako s byznys partnerem nebo ne.

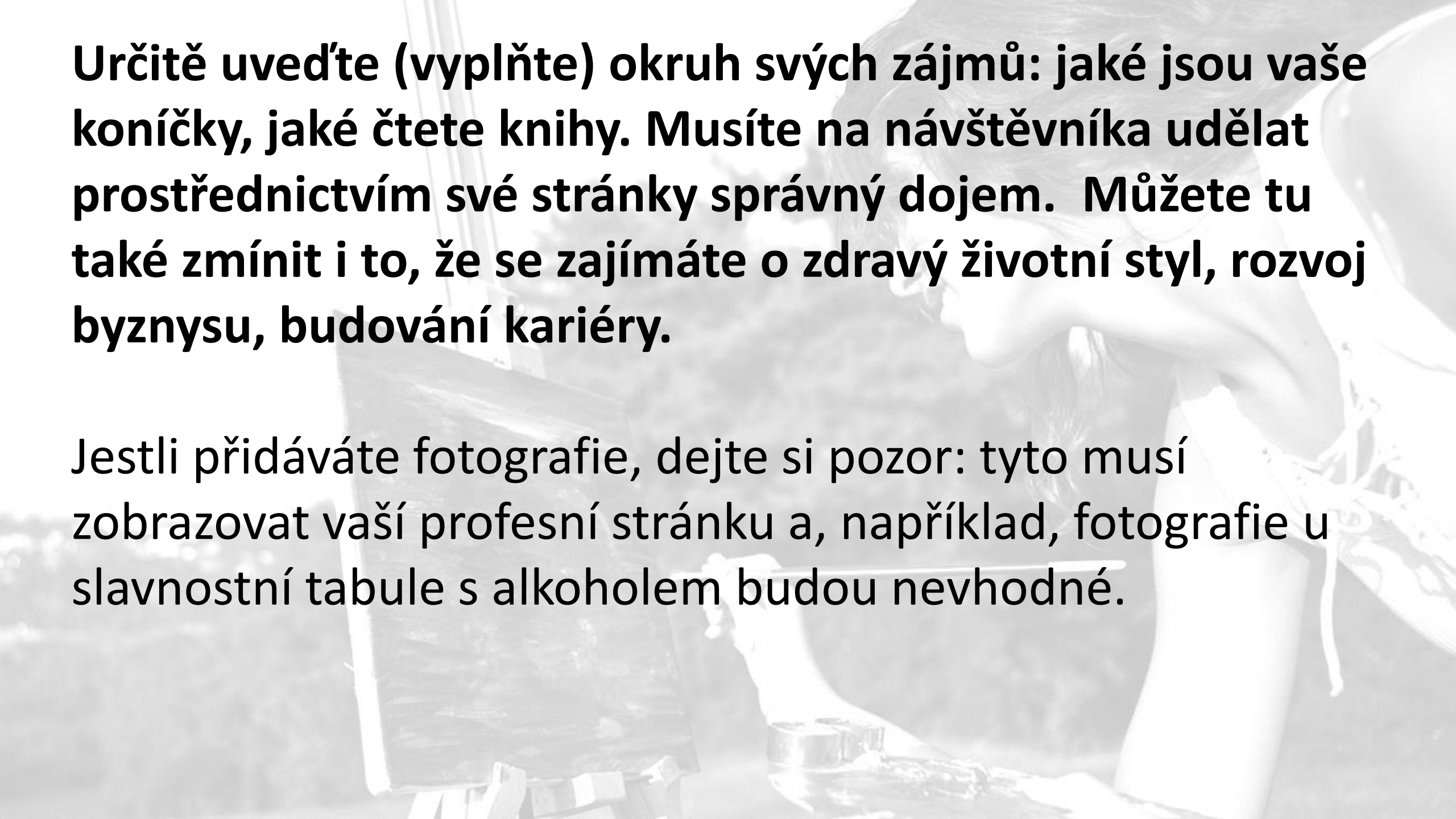


UMÍSTĚNÍ

Vytvořte firemní stránku:

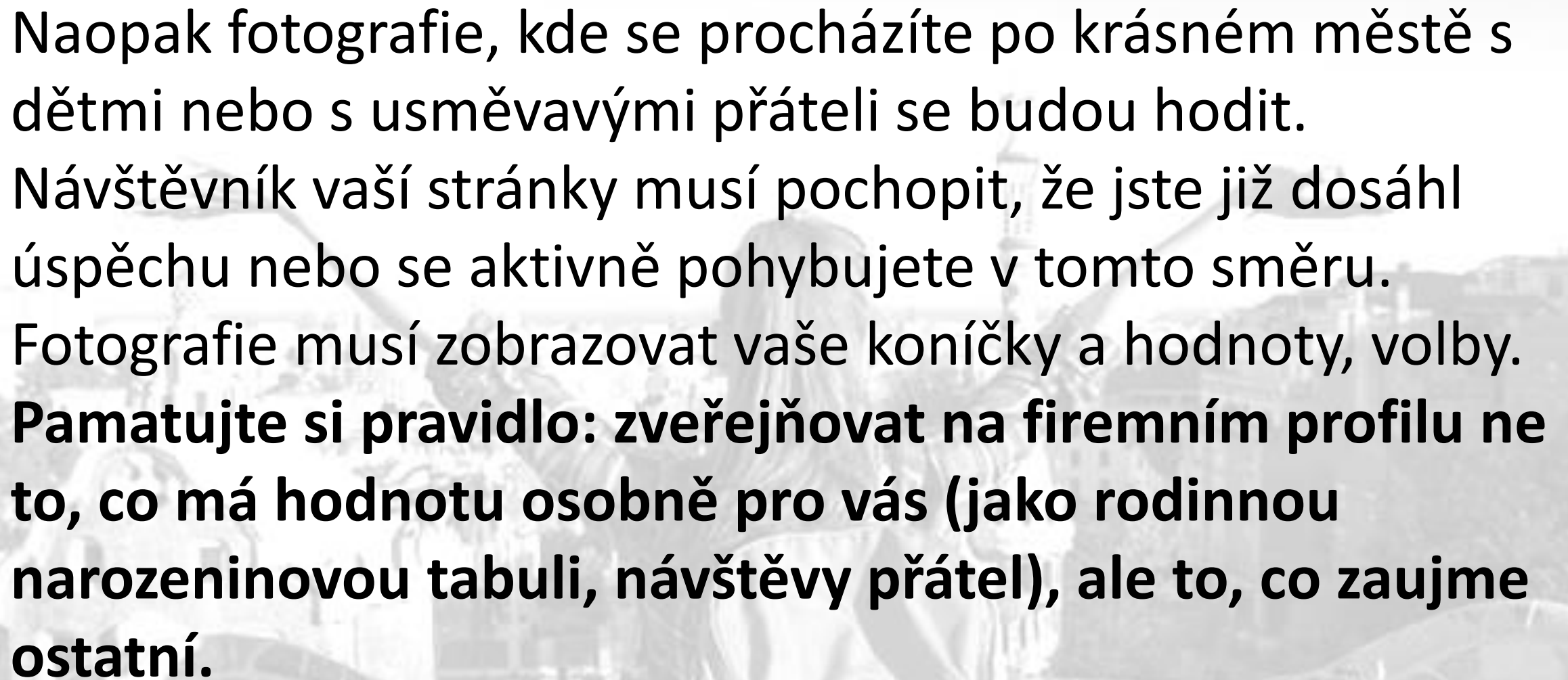
ukažte své zájmy a hodnoty, svou profesionalitu a odbornost



A woman with dark hair, wearing a white dress, is looking down at a laptop screen. The background is a blurred outdoor setting. The text is overlaid on the top left of the image.

Určitě uveďte (vyplňte) okruh svých zájmů: jaké jsou vaše koníčky, jaké čtete knihy. Musíte na návštěvníka udělat prostřednictvím své stránky správný dojem. Můžete tu také zmínit i to, že se zajímáte o zdravý životní styl, rozvoj byznysu, budování kariéry.

Jestli přidáváte fotografie, dejte si pozor: tyto musí zobrazovat vaší profesní stránku a, například, fotografie u slavnostní tabule s alkoholem budou nevhodné.



Naopak fotografie, kde se procházíte po krásném městě s dětmi nebo s usměvavými přáteli se budou hodit. Návštěvník vaší stránky musí pochopit, že jste již dosáhl úspěchu nebo se aktivně pohybujete v tomto směru. Fotografie musí zobrazovat vaše koníčky a hodnoty, volby. **Pamatujte si pravidlo: zveřejňovat na firemním profilu ne to, co má hodnotu osobně pro vás (jako rodinnou narozeninovou tabuli, návštěvy přátel), ale to, co zaujme ostatní.**

Doporučujeme nezveřejňovat Coral Club jako svůj obor činnosti, zájmu.

Osoba, která je jen okrajově seznámena se síťovým byznysem, a měla přitom negativní zkušenost s jinými MLM společnostmi, si udělá své závěry ne ve váš prospěch.

Jistě budete mít čas seznámit potenciální zákazníky s naší skvělou společností! Uděláte to v průběhu osobního setkání.



UMÍSTĚNÍ

Vytvořte firemní stránku:

3. Vyzdvihněte fotografie a několik prvních příspěvků.

- Nezapomínejte: stránka na sociální síti je vaší vizitkou.
- Osoba, když narazí na vaši stránku, nejprve vidí fotografii, město, několik prvních příspěvků.
- Jestli to osobu nezaujme, vaši stránku opustí. Právě proto se zaměřte na tyto body.

- Najděte si úspěšný příklad správného představení se na internetu, nekopírujte ho, ale učte se! Požádejte o radu svého mentora.

- **Zveřejňujte ne více než 1 - 2 příspěvky denně**

Může to být fotografie + zajímavý text v rámci vaší odbornosti, stories (krátké video).

Příspěvky - průzkumy, soutěže, otázky zvýší vaší aktivitu a přilákají více potenciálních spotřebitelů a partnerů.

Nesdílejte ve velkém množství cizí příspěvky, zkoncentrujte se na svých. Sdílením prezentujete někoho jiného, ne sebe!

Lepší je zveřejnit 1 příspěvek za několik dní, ale kvalitní a zajímavý!

Pamatujte: každý příspěvek utváří veřejné mínění o vás. Určitě byste se rád prezentoval na stránkách jako kulturní osoba, která hodně čte, která vede zdravý životní styl a je obeznámená se všemi inovativními byznys technologiemi.

7. ledna 2020

Počasí, nálada a kouzlo samotného dne vytvořili to, bez čeho je pohyb kupředu nemožný - ENERGII A KREATIVITU!



Zveřejňujte pouze kvalitní příspěvky na své stránce!

Téma pro příspěvky:

Dobročinný jarmark HAND-MADE, jsme připraveni! Pomáháme společně nemocným dětem.

Prvními zákazníky se stali mí byznys partneři a jejich rodinní příslušníci!



Příspěvky ohledně sociální aktivity.

Nádherný večer na představení „Spadla klec“ na jevišti Národního divadla. Celé obsazení bylo skvělé! Přáli jsme si, aby představení vůbec nekončilo! Doporučuji navštívit, jsem si jist, že toho nebudete litovat a udělá to na vás obrovský dojem!



Příspěvky o přečtených knihách, navštívených koncertech, představeních.

Nezapomínejte na odkazy na užitečnou obchodní literaturu.

„Co se na světě děje? - Pouze zima...“
A lidi jako roboti v neustálém kolotoči:
dům-cesta-práce-cesta-dům...



**Zajímavé a pozitivní
střípky ze života.**

**Nepřipouštějte na
stránce depresi a
pesimismus!**

Každý den se přede mnou Řím zbarvuje novými a novými barvami! Miluji cestování - nová města, nová přátelství, nové zkušenosti a příliv inspirace! Tak, který stát se stane dalším???



Příspěvky o cestování

To je jen několik málo příkladů.

Nezapomínejte psát a radit na základě osobní zkušenosti o zdravém životním stylu, sportu, osobním rozvoji (ale nepouštějte se přitom do ezoterismu). Nebude vadit ani trocha humoru, **ale je důležité to nepřehánět a dodržet etiku.**

Pamatujte i na přání svým sledujícím k významným svátkům, například k Novému roku.



**KONTAKT SE
ZÁKAZNÍKEM**

Kde hledat potenciální zákazníky a partnery?

Odborně zaměřené skupiny:

- zdravý životní styl
- sport
- krása
- zdravá výživa
- osobní rozvoj
- skupina mladých maminek
- podnikatelství
- MLM
- a jiné

Když bude stránka hotová, pokračujte k vyhledávání vám potřebných lidí.

Kde hledat potenciální zákazníky a partnery? O čem psát?

Obrátte se na odborně zaměřené skupiny: zdravý životní styl, sport, krása, zdravá výživa, osobní rozvoj, skupiny mladých maminek, podnikatelství, byznys, MLM.

Některé sociální sítě také umožňují rozdělovat osoby dle zájmů, hledat mezi účastníky odborně zaměřených událostí, apod.

Jestli hledáte, například, osoby, které provozují zdravý životní styl, potřebujete vyhledávat skupiny na základě slov, jako „Zdravý životní styl“. Sociální síť vám zobrazí vše co má, a vy se budete moci podívat na počet sledujících ve skupině a pozvat k přátelství ty osoby, které se vám líbí.

Samozřejmě, ne všichni přijmou vaši žádost o sledování. Ale v případě, že máte správně naplněnou stránku a definoval jste cílovou skupinu, tak počet přijatých pozvání bude hodně vysoký. V budoucnu budete s těmito lidmi komunikovat, sdílet své zkušenosti, své nabídky. Zvát je ke schůzkám.

Přátelé vašich přátel - to jsou doporučení!

Zasílejte pozvání ke sledování přátelům přátel.
Navštěvujte stránky těchto osob a pozvěte je.

Když osoba vidí, že máte na sociální síti společného přítele - stupeň důvěry se zvyšuje!



KONTAKT SE ZÁKAZNÍKEM

Jak začít s komunikací?

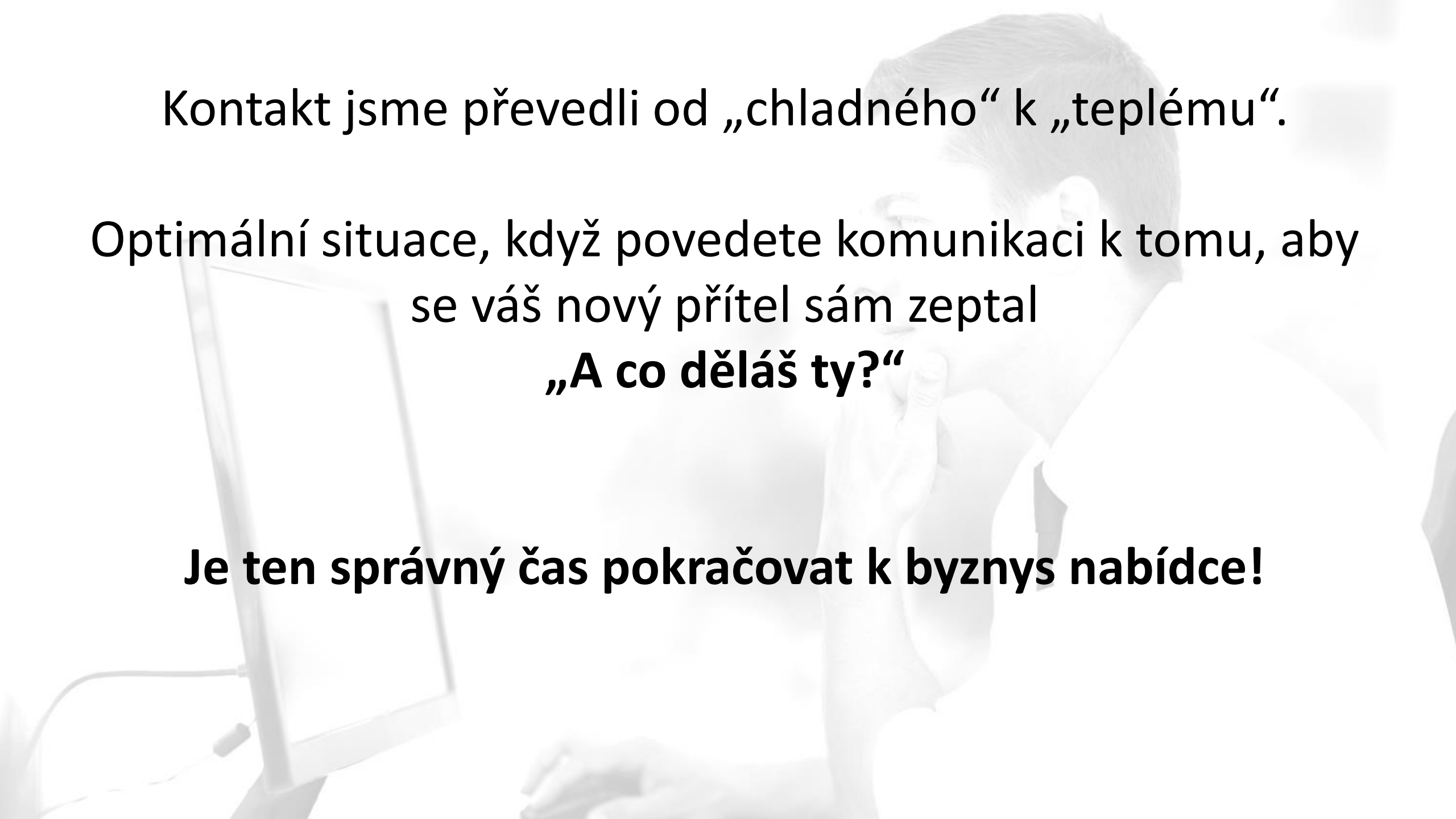
Začněte „frází-dotekem“: „**Dobrý den, rád bych Vás přivítal mezi svými sledujícími!**“
Dále máte 2 možnosti:

Vybudovat bližší kontakt

Přejít k nabídce

„Přidal jsem se, jelikož se mi líbí Váš profil. Vidím, že máme společné zájmy. Třeba si budeme navzájem prospěšní“.

„Také mám rád sport. Se stejně smýšlejícími je dosáhnout úspěchu vždy mnohem zajímavější! Jak často trénujete?“



Kontakt jsme převedli od „chladného“ k „teplému“.

Optimální situace, když povedete komunikaci k tomu, aby se váš nový přítel sám zeptal
„A co děláš ty?“

Je ten správný čas pokračovat k byznys nabídce!



BYZNYS NABÍDKA

Jaká má být byznys nabídka?

- Individuální
- Jednoduchá a krátká
- Která má za následek osobní setkání

Veškeré otázky nechávejte na osobní setkání. Šetří to čas.

Snažte se o to, aby vaše nabídka byla upřímná, odpovídala situaci a nepřipomínala spam.

Následující příklad je právě takovým: obecné, „zajeté“ fráze, patos. Všechno to vypadá až moc neupřímně. Trefa do černého může být i s takovou nabídkou, ale pravděpodobnost je mizivá.

Dobrý den!

Povězte, zajímalo by Vás, jak si posílit a udržet zdraví Vás a Vašich blízkých, prodloužit mládí a krásu, jak zůstat aktivním a činným na mnoho let?

PŘÍKLAD BYZNYS NABÍDKY



A man with dark hair and glasses, wearing a white shirt, is sitting at a desk. He is looking down and writing in a notebook with a pen. The background is slightly blurred, showing what appears to be an office or study environment. The overall tone is professional and focused.

Samozřejmě, každý z vás již má nebo si vytvoří svojí fungující skriptu.

Pojďme se podívat na příklady, které používají naši lídři.

**Kopírovat skripty není třeba,
využijte je jako předlohu a vymyslete své!**



Ahoj!

Rozvívím byznys spojený s vodou. Přidal jsem se s cílem udělat byznys nabídku. Hledám ambiciozní osoby do mého týmu!

PŘÍKLAD BYZNYS NABÍDKY

Momentálně se zabývám organizací systému odbytu, rozvojem poboček v Evropě. Byznys je spojený s vodou. Hledám ambiciozní partnery, kteří by se mohli zajímat o toto téma jako vedlejší příjem nebo jako seriózní podnikání.

Jestli Tě to zajímá, jsem připraven se sejít a poskytnout detailnější informace.



PŘÍKLAD BYZNYS NABÍDKY

Rozvívám byznys na franšizu v Polsku, na Ukrajině, v Bulharsku, Itálii. Trendové obchody, zboží funkční výživy. Online i offline.

Propagace spočívá ve zvýšení produktového obrátu již na hotových základech. Existuje systém vzdělávání a podpory. Jestli Tě to zaujalo, nabízím osobně to probrat.



PŘÍKLAD BYZNYS NABÍDKY



DOPRACOVÁNÍ

Řekli vám NE. Co dál?

Podporujte občasnou komunikaci: dávejte like na příspěvky, komentujte je. Budujte vztah, „netlačte“.

Vraťte se k nabídce, když osoba bude připravená.

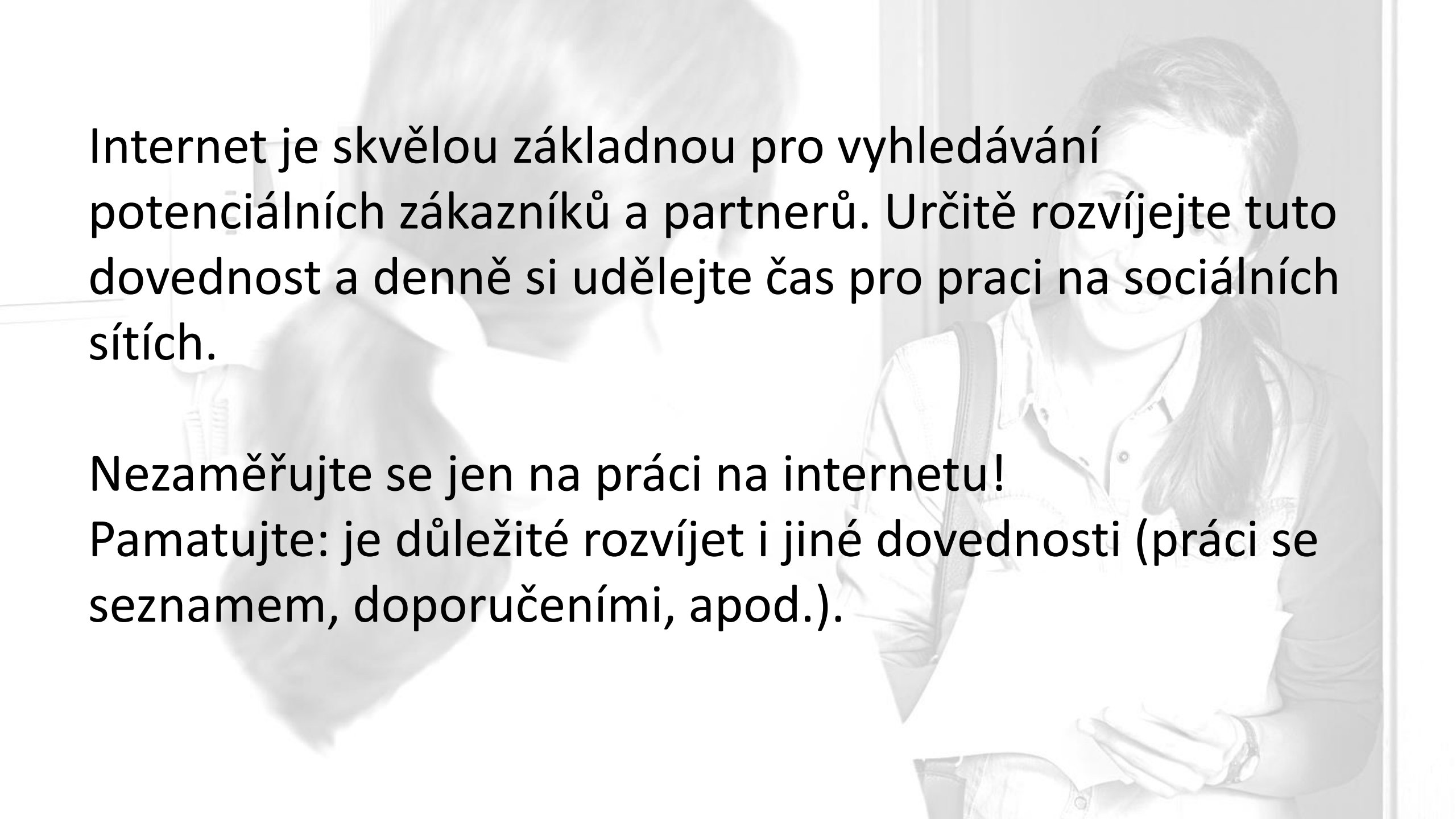
V MLM byznysu se to jmenuje postupným uzavřením obchodu.



KRITICKÉ CHYBY

5 kritických chyb, kterým je třeba se vyhnout:

1. Nekvalitní fotografie.
2. Absence jména a příjmení na stránce.
3. Uzavřený profil.
4. Zasílání žádostí o přátelství osobám, které nejsou cílovou skupinou.
5. Spam.



Internet je skvělou základnou pro vyhledávání potenciálních zákazníků a partnerů. Určitě rozvíjejte tuto dovednost a denně si udělejte čas pro práci na sociálních sítích.

Nezaměřujte se jen na práci na internetu!
Pamatujte: je důležité rozvíjet i jiné dovednosti (práci se seznamem, doporučeními, apod.).



ÚKOL

1. Seznamte se s dodatečnými materiály v „Pracovním sešitě úspěšného partnera“.
2. Zaregistrujte se a začínejte s prací na internetu.

