

JAK SI BRÁT SILNÉ REFERENCE



www.jakudelatweb.cz



DANIEL
KRIŽÁK
web s úsměvem

JAK SI BRÁT SILNÉ REFERENCE

napsal: **Daniel Križák**, www.jakudelatweb.cz

Prohlášení

Tento materiál je informačním produktem. Jakékoliv šíření nebo poskytování třetím osobám bez souhlasu autora je zakázáno. Šířit můžete adresu www.jakudelatweb.cz, kde je tento materiál ke stažení. Děkuji za pochopení a respektování tohoto sdělení. Stažením tohoto materiálu rozumíte, že jakékoliv použití informací z tohoto materiálu a úspěchy či neúspěchy z toho plynoucí jsou pouze ve vašich rukách a autor za ně nenese žádnou zodpovědnost.

JAK BY MĚLA REFERENCE VYPADAT

Mnoho podnikatelů chybí v tom, jak prezentují své reference. Myslí si, že pokud si dají na web loga nebo názvy firem, pro které dělají, znamená to pro ně správnou referenci. Jenže **tak to nefunguje**. Jestliže nejde o všeobecně známou značku jako Coca-Cola, Apple, Adidas apod. (čím se ale většina pochlubit nemůže), je nám to k ničemu. **Potřebujeme reference napsané od našich zákazníků.**

Cílem reference totiž je **prezentovat výsledky a ukázat, s kým spolupracuji**, aby se potenciální zákazníci mohli ztotožnit s mými zákazníky, resp. s mou cílovou skupinou.

Silná reference by tedy měla obsahovat:

1. **Jméno** toho, kdo ji píše či říká, **a co dělá.**
2. **Co se u něj změnilo** po navázání spolupráce s námi.
3. **Jak spolupráce pomohla, jaké to přineslo výsledky** (Čím konkrétnější, tím lepší. Ještě přidat čísla a bude to opravdu síla.), např. nárůst příjmů, objednávek, počtu zákazníků, úsporu času, zjednodušení činnosti, zlepšení vztahů, zdraví atd.
4. **Proč by nás doporučili dále** s výzvou k akci.
Např.: „Napište tomuto člověku e-mail, určitě pomůže i vám.“

Tyto 4 body vám zodpoví zákazník skrze formulář na webu a vy jen připojíte 5. bod, malý **TIP. Jednou větou popište, co jste s daným člověkem udělali, že má takové výsledky.**

Nebojte se zákazníkem zaslouženou referenci lépe zformulovat a upravit, aby vše dávalo smysl. Pošlete ji pak k odsouhlasení a vyžádejte si k ní fotku. Působí pak důvěryhodněji. Taky místo psané reference si nechte natočit video referenci. Důvěra a nadšení se posune ještě o kus výše.



Daniel KRIŽÁK - majitel firmy S ÚSMĚVEM

Po vytvoření mého webu najednou mé podnikání získalo novou energii a zákazníkům už jsem nemusel telefonovat, ale oni díky webu začali vyhledávat mne.

Po 3 měsících mé příjmy vzrostly o 50%, díky webu.

Podnikatelé, pokud chcete nové zákazníky přes internet, stejně jako já, tak oslovte Web s úsměvem.



TIP: Panu Křižákovi jsme vytvořili nový moderní web a naučili jej využívat strategickou komunikaci přes internet.

JAK SI VZÍT DOBROU REFERENCI?

Vytvořte si na svém webu dotazník a pak adresu tohoto dotazníku pošlete svým zákazníkům. Dotazník může mít tyto otázky:

- ✈ **Co jste změnili nebo co se změnilo ve vašem podnikání, když jste se mnou navázali spolupráci?**
- ✈ **Jak vám naše spolupráce pomohla? Jaké vám to přineslo výsledky (navýšení objednávek, rezervací, nárůst příjmu, získání určitého počtu zákazníků, zjednodušení činností a ušetření času, čím novým jste se začali zabývat, ...). BUĎTE CO NEJKONKRÉTNĚJŠÍ, a budeme rádi za konkrétní čísla :-)**
- ✈ **Co je na naší spolupráci fajn a proč byste mne doporučili dalším lidem?**
- ✈ **Vaše jméno a činnost, co děláte**

Vaše dobré reference a následně jejich prezentace dělá divy. Nejen, že z vás dělají experta ve vašem oboru podnikání, ale taky získáváte důvěru potenciálních zákazníků a díky silným referencím prodáváte.

Pokud si ještě neberete takovéto reference nebo hodnocení své práce od zákazníků, tak doporučuji s tím co nejdříve začít. Bude to skvělá zpětná vazba pro vás a úžasný prodejní argument pro vaše potenciální zákazníky.

Přeji vám mnoho spokojených zákazníků a samé pěkné reference.



Daniel Križák



VYTVOŘTE SI
**WEB, KTERÝ
VYDĚLÁVÁ**

www.jakudelatweb.cz