
METODA EMPATICKÉHO PRODEJE

Plný kalendář za 30 dní

Jeden úkol denně. Za 30 dní máte v kalendáři rozhovory s lidmi, kteří o Vaši pomoc stojí.

Bez tlaku, manipulace a skriptů.

Martin Luňák

Sales mentor · 30denní výzva s pracovními listy



Co najdete uvnitř

Předmluva	3	Den 15 · Dopis v polovině	51
Ve firmě, nebo na firmě?	4	Den 16 · Pravidlo 70/30	53
Dopis od Martina	5	Den 17 · Tři proč	55
Proč to funguje a co to není	6	Den 18 · Zrcadlení	57
Vstupní měření	7	Den 19 · Otázky budoucnosti	59
Co Vás čeká	8	Den 20 · Emoční mapa	61
Pravidlo zmeškaného dne	9	Den 21 · Revize třetího týdne	63
Úpravy pro různé situace	10	TÝDEN 4: NABÍDKA A UZAVŘENÍ	67
TÝDEN 1: BEZPEČÍ	11	Den 22 · Zrcadlo, Vize, Cesta, Cena	68
Den 1 · Kalendář pravdy	12	Den 23 · Slovník zákazníka	70
Den 2 · Seznam 50	14	Den 24 · Ticho po ceně	72
Koho hledáte a kde ho najdete	18	Den 25 · „Musím si to rozmyslet“	74
Den 3 · Věta-kompas	19	Den 26 · „Je to drahé“	76
Den 4 · Data, ne soud	21	Den 27 · Follow-up rytmus 3-7-14-30	78
Den 5 · Vaše Zakotvení	23	Den 28 · Zpráva na rozloučenou	80
Den 6 · Tři úrovně bolesti Vašeho klienta	25	Den 29 · Revize čtvrtého týdne	82
Den 7 · Týdenní revize	27	Den 30 · Pět věcí, které si nechávám	84
TÝDEN 2: OSLOVENÍ	31	BONUSY	88
Den 8 · Kdo Vám už jednou věřil	32	Bonus 1: Co říct, když...	89
Den 9 · Pravidlo otevřených dveří	34	Bonus 2: Rychlý start 7 dní	92
Den 10 · Gratulace bez agendy	36	Bonus 3: Tahák na lednici	93
Den 11 · Pravidlo malého kroku	38	Bonus 4: Šablony zpráv	94
Den 12 · Když řeknou „pošlete e-mail“	40	Bonus 5: Tracker na 30 dní	96
Den 13 · Rozhovor s bývalým klientem	42	Můj trychtýř za 30 dní	97
Den 14 · Revize	44	Poctivá drobná písma	98
4 brzdy: proč to přesto neuděláte	49	O autorovi	99
TÝDEN 3: ROZHOVOR	50	Kam dál	100

Proč držíte v ruce právě tyhle střípky

Představte si tisíc lidí, kteří si na Silvestra slíbí, že začnou cvičit. Většina z nich do posilovny vůbec nedojde. Z těch, kdo dojdou, brzy spousta přestane chodit a někteří se dokonce zraní. Na konci zbude jen hrstka, které se to opravdu povede.

A když se na tu hrstku podíváte zblízka, většina z nich na to nebyla sama. Měli trenéra, dobré nástroje nebo partu, která je držela, když se nechtělo. Jen pár jednotlivců to zvládne úplně samo, bez pomoci a bez investice.

S prodejem a podnikáním je to stejné. Návodů je dnes všude dost. A přesto od nich často uhneme. Ne proto, že bychom nevěděli, co dělat. Ale proto, že je v nás něco, co nás brzdí.

Tahle výzva je pro ty, kdo jsou odhodlaní začít hned a sami. Vybral jsem do ní ty nejpodstatnější střípky z Metody empatického prodeje, z tréninků Sales Masterclass a z Horkých křesel s podnikateli. Nic navíc. Jen to, co Vám pomůže dostat do kalendáře první rozhovory.

U řady dní najdete QR kód. Naskenujte ho telefonem a pustte si krátkou ukázkou z lekce, která k danému dni patří.



PRACOVNÍ TABULKA GOOGLE · ZDARMA K SEŠITU

Celý plán 30 dní, Seznam 50, follow-up a trychtýř v jedné tabulce

Naskenujte kód, klikněte na „Vytvořit kopii“ a tabulka je Vaše. Follow-upy i součty se počítají samy. · sesit.martinlunak.com/tabulka

A pokud zjistíte, že chcete jít víc do hloubky, trénovat s ostatními a mít vedle sebe někoho, kdo Vás podrží, i když se nechce, najdete nás v komunitě Empatického prodeje. Tam spolu cvičíme, trénujeme a zkoumáme, proč od věcí, které víme, tak často uhýbáme.

Ted' ale začněte. Sami, ještě dnes.

Martin Luňák

Pracujete ve firmě. Kdo ale pracuje na ní?

PRÁCE VE FIRMĚ

Zakázky, klienti, nabídky, faktury, e-maily. Je jí vždycky dost, a proto vždycky vyhraje.

PRÁCE NA FIRMĚ

Získávání klientů, prodej a marketing. Nikdo Vám ji nezdá. Když si na ni nevyhradíte čas v kalendáři, prostě se nestane.

A pak se roztočí krecí kolečko



1. Nemáte klienta, ale čas na prodej nemáte vyhrazený.
2. Když se někdo ozve, vezmete ho, i když není ideální.
3. Slevujete, přidáváte práci navíc a klient Vás vysává.
4. Na oslovování nezbývá energie ani čas.
5. Zakázka skončí a Vy jste znovu bez klienta.

Příjem pak jde nahoru a dolů přesně tak, jak jde nahoru a dolů Vaše energie a schopnost říct ne. A stres z peněz nezmizí, ani když je zrovna na účtu dost. Z kolečka se nevyběhne rychlejším během. Vyběhne se z něj tak, že se na chvíli **zastavíte**.

ZASTAVTE SE NA 20 MINUT • ještě před Dnem 1

Bod A: kde jsem teď. Kolik mám klientů? _____ Kolik rozhovorů o spolupráci jsem měl/a za posledních 30 dní? _____

Co mi v práci dává energii i výsledek? _____

Co mi bere energii a výsledek nepřináší? _____

Bod B: kde chci být za 90 dní. _____

Můj čas na práci na firmě (zapišu do kalendáře jako schůzku sám/sama se sebou): den

_____ od _____ do _____

Tip na začátek každého bloku: nejdřív zavolejte nebo napište jednomu stávajícímu klientovi, jen tak, v rámci péče. Dobrý rozhovor s někým, kdo Vás zná, Vás naladí. Teprve pak oslovujte nové lidi.

Dopis od Martina

Dobrý den,

bylo mi deset let a stál jsem na tržnici u stánku s oblečením, který patřil mým rodičům. Sychravé ráno, zima zalézala až do kostí a já měl jediný úkol: vystoupit ze stánku, postavit se do cesty lidem, kteří spěchali kolem, a nabídnout jim naše zboží. Všechno ve mně křičelo, že se chci schovat. Že nechci nikoho otravovat. Že se bojím, že na mě budou zlí. A za zády jsem slyšel tátu: „Oslovuj lidi, utíkají ti zákazníci.“



Tam jsem se naučil oslovovat. A zároveň jsem se tam naučil, že moje hodnota závisí na tom, jestli prodám. Ta rovnice mě pak řídila ještě dlouhá léta.

Za sedmnáct let v obchodě jsem proškolil přes 2 500 lidí a pořád dokola jsem viděl totéž. Schopní lidé s dobrou službou mají prázdný kalendář. Ne proto, že by neznali techniky. Dostanou přesný návod, a když mají zvednout telefon, zamrznou. Mají zataženou ruční brzdu. Odkládají zprávy. Omlouvají se za cenu. Raději ještě jednou předělají web, než aby někomu napsali.

Tahle výzva není o tom, jak na lidi tlačit. Je o tom, jak tu brzdu povolit a pak oslovovat lidi tak, aby se nemuseli bránit. Každý den dostanete jeden úkol na 15 až 30 minut. Nic víc. Malý krok, který uděláte, má větší cenu než velký plán, který odložíte.

Co Vám slibuji: když úkoly poctivě uděláte, budete mít za 30 dní v kalendáři rozhovory s lidmi, kteří o Vaši pomoc stojí. Neslibuji, že každý z nich koupí. Slibuji, že budete vědět, jak s nimi mluvit, aby to bylo lidské pro ně i pro Vás.

Začneme u Vás. Protože nejdůležitější člověk, kterému potřebujete umět prodat, je ten, kterého vidíte v zrcadle.

Držím Vám palce.

Martin Luňák

TÝDEN 1: BEZPEČÍ

Nejdřív ve Vás

Než oslovíte kohokoli dalšího, potřebujete bezpečí sami v sobě. Druhý člověk vycítí Vaši nervozitu dřív, než si přečte Vaši nabídku. Tenhle týden proto nikomu nepíšete. Podíváte se na pravdu, připravíte si lidi, slova a první dvě minuty rozhovoru, aby oslovení v příštím týdnu nebylo skokem do studené vody.

Co v tomto týdnu vznikne:

- ☐ Kalendář pravdy a pevné místo pro výzvu (Den 1)
- ☐ Seznam 50 lidí, kterým můžete napsat (Den 2)
- ☐ Vaše věta-kompas „Prodávám způsobem, který..." (Den 3)
- ☐ Tabulka Data, ne soud a rituál uzavření (Den 4)
- ☐ Vaše Zakotvení, nahrané na telefon (Den 5)
- ☐ Mapa tří úrovní bolesti a 5 otázek na důsledky (Den 6)
- ☐ Týdenní revize (Den 7)



Kalendář pravdy

Výsledky nejsou náhoda. Jsou součtem toho, co máte v kalendáři.

Příklad z praxe: Konzultant, jehož týdny vypadaly pořád stejně. V pondělí panika, že nemá dost kontaktů. V úterý poslal dvacet e-mailů najednou. Ve středu čekal na odpovědi a nedělal nic. Ve čtvrtek začal znovu od paniky. Pracoval celý týden, a přesto měl pocit, že se nic nehýbe.

Změnilo se to ve chvíli, kdy přestal věřit pocitu „pořád na tom makám“ a podíval se, kam jeho čas skutečně teče. Pak si nastavil jednoduchou strukturu týdne. Jeho vlastními slovy: „Zjistil jsem, že výsledky nejsou náhoda. Jsou to důsledky každodenních rozhodnutí.“

Pocit je špatný účetní. Podnikatel s prázdným kalendářem má často plný den: ladí web, přepisuje ceník, tvoří příspěvky, „připravuje se“. To všechno je práce. Jenže není to rozhovor s člověkem, který Vám může zaplatit. Dnes to nebudete hodnotit. Jen to spočítáte.

Dnešní úkol (25 minut) Otevřete kalendář, odeslanou poštu a zprávy za posledních 30 dní. Každou aktivitu spojenou s podnikáním zařadte do jednoho řádku tabulky a sečtěte hodiny. Pak si v kalendáři zablokujte pevný čas na výzvu na dalších 29 dní.

Kam šel můj čas (posledních 30 dní)	Kolikrát	Hodin celkem
Rozhovory s lidmi, kteří mohou koupit nebo doporučit	_____	_____
Oslovení nových lidí (zprávy, e-maily, telefonáty)	_____	_____
Práce pro současné klienty	–	_____
Příprava a vylepšování (web, ceník, příspěvky, vzdělávání)	–	_____

Moje pevné místo pro výzvu: každý den od _____ do _____ · kde: _____

Takhle to může znít (lektorka po vyplnění tabulky): „Rozhovory: dva, dohromady asi hodina a půl. Oslovení: nula. Příprava: přes třicet hodin, hlavně nový web. Celý měsíc jsem chystala obchod, do kterého jsem nikoho nepozvala.“

Past, do které spadne skoro každý: Počítat jako rozhovor všechno, co se mu trochu podobá. Kafe s kamarádem, kde jste pět minut mluvili o práci. Poslaný ceník. Komentář pod příspěvkem. Když si dnešní číslo nafouknete, za 30 dní nepoznáte, jestli se něco změnilo. Nízké číslo není ostuda. Je to startovní čára.



VIDEO K DNEŠNÍMU DNI

Proč většina lidí nesnáší prodej, a jak ho dělat jinak

8 min · to nejlepší z tréninku · naskenujte telefonem



PŘÍKLAD Z PRAXE

Souřadnice, ne známka

Podnikatel vyplní Kalendář pravdy a vyjde mu číslo rozhovorů, za které se stydí. Nejraději by tabulku zavřel. Na Horkém křesle jsme takovou chvíli řešili přes Apollo 11: letělo prý 98 % času mimo kurz, a přesto doletělo, protože mělo algoritmus korekce. Zastavit se, porovnat směr, opravit ho. Tabulka z Dne 1 je první bod korekce. Kdo se podívá, může opravit směr. Kdo se nepodívá, letí dál naslepo.

- ☐ Tabulka vyplněna ☐ Blok na výzvu v kalendáři na 29 dní Rozhovory za posledních 30 dní:

MOJE POZNÁMKY A POSTŘEHY

Seznam 50

Nezačínáte od nuly. Začínáte od lidí, kteří Vás už znají.

Příklad z praxe: Podnikatel přijde s tím, že nemá koho oslovit. Všechny známé už prý „vyčerpal“. Když ale projde faktury, telefon a LinkedIn, začnou přibývat jména: bývalá klientka, dodavatel, který o něm mluví hezky, známý, který se kdysi ptal na cenu a pak se neozval. Sítí tam byla celou dobu a pomoc na dosah. Jen ji nikdy neviděl napsanou na papíře.

Tak to bývá u většiny podnikatelů, kteří „nemají koho oslovit“. Seznam si nikdy nenapsali. Protože seznam znamená, že pak budou muset někomu z nich opravdu napsat.

Oslovit úplně cizího člověka je psychologicky nejnáročnější situace v celém prodeji, a to pro obě strany. Proto s ní nezačneme. Lidé, kteří Vás znají, mají první patro důvěry za sebou. Vědí, že jste člověk, ne katalog. Důvěra ve Vás jako člověka musí přijít dřív než důvěra ve Vaši odbornost, a u těchto lidí už je.

Dnešní úkol (30 minut) Napište 50 jmen lidí, kterým můžete během příštích tří týdnů napsat. Projděte telefon, e-mail, faktury, LinkedIn, Facebook, Instagram. Dnes nevybíráte. Jen zapisujete. Ke každému jménu přiapište písmeno kategorie a teplotu: **3** = zvedne mi to s radostí, **2** = ví, kdo jsem, **1** = pamatuje si mě matně. Až budete mít seznam hotový, zakroužkujte číslo u 10 lidí, kterým se ozvete jako prvním (spokojení bývalí klienti a trojky napřed). S nimi začnete v Den 8.

Kategorie	Kde hledat	Počet
A · Bývalí klienti	faktury, starý e-mail	_____
B · Současní klienti	kalendář, rozpracované zakázky	_____
C · Ptali se a nekoupili	poptávky, zprávy, komentáře	_____
D · Mohou Vás doporučit	kolegové z oboru, dodavatelé, partneři	_____
E · Lidé z okolí, kteří mohou mít problém, který řešíte	známí, bývalí kolegové, komunity	_____
Celkem		_____/50

#	Jméno	Kat.	Tepl.	#	Jméno	Kat.	Tepl.
1	_____	___	___	26	_____	___	___
2	_____	___	___	27	_____	___	___
3	_____	___	___	28	_____	___	___
4	_____	___	___	29	_____	___	___
5	_____	___	___	30	_____	___	___
6	_____	___	___	31	_____	___	___
7	_____	___	___	32	_____	___	___
8	_____	___	___	33	_____	___	___
9	_____	___	___	34	_____	___	___
10	_____	___	___	35	_____	___	___
11	_____	___	___	36	_____	___	___
12	_____	___	___	37	_____	___	___
13	_____	___	___	38	_____	___	___
14	_____	___	___	39	_____	___	___
15	_____	___	___	40	_____	___	___
16	_____	___	___	41	_____	___	___
17	_____	___	___	42	_____	___	___
18	_____	___	___	43	_____	___	___
19	_____	___	___	44	_____	___	___
20	_____	___	___	45	_____	___	___
21	_____	___	___	46	_____	___	___
22	_____	___	___	47	_____	___	___
23	_____	___	___	48	_____	___	___
24	_____	___	___	49	_____	___	___
25	_____	___	___	50	_____	___	___

Takhle to může znít (fotograf píše seznam): „Klára, svatba předloni (A). Pan Dvořák z pekárny, ptal se na produktové fotky a pak se neozval (C). Jirka, kameraman, fotky zakázek sám odmítá (D)...”

Past, do které spadne skoro každý: Škrtat v hlavě dřív, než jméno napíšete. „Ten by stejně nechtěl.” „Neviděli jsme se pět let, to je trapné.” To není výběr. To je brzda. O tom, komu napíšete, rozhodnete až ve 2. týdnu. Dnes jen zapisujete.

KDYŽ SE ZASEKNETE NA DVACETI · 10 OTÁZEK NA VYBAVENÍ JMEN

Kdo Vám kdy poslal klienta nebo Vás někomu doporučil? · S kým jste pracovali v prvním a posledním zaměstnání? · U koho nakupujete každý měsíc (účetní, kadeřnice, dodavatel)? · Kdo se Vás kdy ptal na cenu a pak se neozval? · Koho znáte ze školky, školy nebo kroužků dětí? · Komu jste kdy pomohli zadarmo? · Kdo Vám gratuloval k narozeninám nebo reagoval na Váš příspěvek? · Koho jste potkali na kurzu, konferenci nebo networkingu? · Kdo z Vašeho oboru dělá něco trochu jiného než Vy? · Kdo by Vás poznal po hlase, kdybyste mu dnes zavolali?

Pořád málo? Podívejte se do Úvodu, „Malá síť”, a na stranu hned za tímto dnem.

MOJE POZNÁMKY A POSTŘEHY

Koho hledáte a kde ho najdete

Seznam 50 začíná u lidí, kteří Vás znají. Dřív nebo později ale přijde otázka: kde hledat dál? Nejdřív si ujasněte, koho vlastně hledáte. Kdo hledá „kohokoli“, nenajde nikoho, protože neví, kde se dívat ani co říct.

MŮJ IDEÁLNÍ KLIENT · 15 MINUT

Kdo to je (obor, situace, fáze života nebo podnikání): _____

Co ho trápí (jeho slovy, ne mými): _____

Co chce místo toho:

Kde se pohybuje (akce, skupiny, sítě, místa):

Kdo ho už má (kdo mu prodává něco jiného než já):

Kdo naopak můj klient není: _____

Kde hledám klienty já

Zdroj	Jak na to	Používám / zkusím
Doporučení	Nejlevnější klient přichází s půjčenou důvěrou. Ptejte se ve chvíli radosti, na situaci, ne na jména. A sami propojujte druhé (Den 10).	☐ ☐
Kde jsem sám klientem	Lidé a firmy, u kterých nakupujete, mají často stejné klienty jako Vy. Účetní, fotograf, kadeřnice, dodavatel. Jste pro ně zákazník, tak se ptejte jako partner.	☐ ☐
Networking	Podnikatelské kluby, konference, oborové akce. Nechodte rozdávat vizitky. Přijďte s otázkou a zájmem o druhé, rozhovor se k Vám vrátí.	☐ ☐
Organický marketing	Příspěvky, videa, komentáře pod cizími příspěvky. Obsah otevře dveře, prodá až rozhovor. Každý příspěvek ať končí pozvánkou k rozhovoru.	☐ ☐
Marketingové kampaně	Placená reklama zrychlí to, co už funguje. Když ještě nefungují rozhovory, reklama je jen zdraží. Proto ji k této výzvě nepotřebujete.	☐ ☐

AI PARŤÁK · ZKOPÍRUJTE DO CHATGPT NEBO CLAUDE

„Jsem [obor]. Pomáhám [komu] s [čím]. Polož mi postupně 10 otázek, vždy jen jednu, které mi pomůžou popsat mého ideálního klienta. Pak mi navrhní 10 konkrétních míst online i offline, kde se takoví lidé pohybují, a 5 firem nebo profesí, které mají stejné klienty jako já a mohly by mě doporučovat. Piš česky, vykeř mi a buď konkrétní.“

Zbývá 28 dní. A to hlavní teprve přijde.

Máte za sebou Kalendář pravdy a Seznam 50. Víte, kolik času reálně máte a s kým můžete mluvit. Teď přichází to, kvůli čemu výzva vznikla: oslovit lidi tak, aby se nemuseli bránit, vést rozhovor a v klidu říct cenu.

Co Vás čeká	Dny
TÝDEN 1 · BEZPEČÍ	Dokončíte ho sami: Věta-kompas, Data, ne soud, Vaše Zakotvení, Tři úrovně bolesti klienta.
TÝDEN 2 · OSLOVENÍ	Kdo Vám už jednou věřil, Pravidlo otevřených dveří, Gratulace bez agendy, Pravidlo malého kroku, Když řeknou „pošlete e-mail“.
TÝDEN 3 · ROZHOVOR	Pravidlo 70/30, Tři proč, Zrcadlení, Otázky budoucnosti, Emoční mapa.
TÝDEN 4 · NABÍDKA	Zrcadlo, Vize, Cesta, Cena · Ticho po ceně · „Musím si to rozmyslet“ · „Je to drahé“ · Follow-up 3-7-14-30 · Zpráva na rozloučenou.

Pracovní tabulka Google

Plán, Seznam 50, follow-upy i trychtýř se počítají samy.

12 krátkých videí

Ukázky ze Sales Masterclass, tréninků a Horkých křesel k jednotlivým dnům.

5 bonusů

Co říct, když..., rychlý start, tahák na lednici, šablony zpráv a tracker.



CELÁ VÝZVA · 100 STRAN

Plný kalendář za 30 dní

490 Kč jednorázově, PDF ihned po zaplacení

Garance 30 dní: když Vám výzva nesedne, pomůžu Vám ji přizpůsobit, nebo Vám vrátím peníze. Bez dalších otázek.



sesit.martinlunak.com

Zítra Vás čeká Den 3. Ať ho uděláte s výzvou, nebo bez ní, děkuji, že jste začali.

Martin Luňák