



eBook

jako klíč k zákazníkovu srdci

i peněžence



Stanislava Mrázková

Napište eBook a budujte své podnikání na důvěře a statusu experta ve Vašem oboru.

Anebo taky podnikejte z pláže...

www.stanislavamrazkova.cz | www.jak-napsat-ebook.cz



Pokud při čtení tohoto eBooku narazíte na něco, co Vám nebude jasné, nebo se budete chtít na něco zeptat, neváhejte mi napsat.

Budu ráda i za to, když mi napíšete, jak se Vám eBook líbil a v čem Vám pomohl.

Můj e-mail:

stana@stanislavamrazkova.cz

eBook jako klíč k zákazníkovu srdci i peněženke

Napsala **Stanislava Mrázková**

Autorka online bestselleru Jak napsat eBook za 14 dní, který četlo již více než 2000 čtenářů, knihy Podnikání z pláže a stejnojmenného online kurzu Podnikání z pláže.



Pár slov úvodem

Děkuji, že jste si stáhli tento eBook. Čeká nás společně 18 stránek, na kterých Vám ukážu, jak lze využít eBook jako nástroj v jakémkoli podnikání (online i offline) k tomu, aby Vám odemkl dveře do zákaznickova srdce i peněženky. Než se do toho pustíme, ráda bych Vám řekla pár úvodních slov.

Mou velkou vášní je už pár let online marketing a podnikání pomocí internetu a na internetu.

Mně osobně internet přináší dlouhodobě to, že nejen že můžu pracovat odkudkoli, ale taky vím, že moje webové stránky dnem i nocí pracují pro mě, klienti přicházejí a nakupují, i když zrovna spím, nebo jsem třeba někde na horách. Můj automatizovaný systém pracuje za mě.

Kdybych to měla shrnout jedním slovem, tak to slovo je **SVOBODA**.

Věřím, že svoboda, ať už finanční, nebo svoboda místa, dělání věcí, které nás baví, trávení našeho drahocenného času s lidmi, které máme rádi, to je to, za čím většina z nás směřuje. Já mám pro tu svobodu takový pracovní název, říkám tomu **podnikání z pláže**.

A tak učím své klienty, jak si pomocí online marketingu, a to především pomocí eBooků, užívat právě toho podnikání z pláže, té svobody.

Ráda bych to dopřála i Vám, a to je i důvod, proč píšu tyto řádky.

Trocha právníčiny:

Napsat tento eBook mi dalo hodně práce. Respektujte proto prosím to, že jakékoli šíření eBooku jako celku nebo jeho částí je zakázáno a chráněno autorským zákonem.

Pokud jste z eBooku nadšení a chcete jej sdílet, skvělé. Sdílejte tak, že přepošlete svým kamarádům či kolegům odkaz na stránky

www.stanislavamrazkova.cz, kde si jej mohou zdarma stáhnout.

Zároveň chci upozornit, že veškeré informace obsažené v eBooku jsou postaveny na mých znalostech a zkušenostech a jakékoli úspěchy či neúspěchy plynoucí z toho, jak tyto poznatky využijete Vy, je plně ve Vašich rukách.

Nudné, ale nutné prohlášení je u konce, hurá do čtení 😊

Moje vlastní cesta s eBooky

Moje cesta s eBooky začala v roce 2010, kdy jsem v Londýně na semináři T. Harv Eker (autor Jak myslí milionáři) poprvé slyšela pojem eBook a začla chápat souvislosti, jak je využít jak pro online, tak pro klasický byznys.

WOW. To byla moje reakce. Harv totiž celkem do hloubky popisoval možnosti psaní eBooků a jejich prodej pomocí blogu. Měla jsem hodně otázek po technické stránce a nevěděla jsem, jak na to. Absolvovala jsem tedy další jeho seminář Guerrila Business Intensive, abych o tom online prodeji zjistila více.

Po návratu do ČR jsem začala nově nabyté znalosti aplikovat v projektu WinSignals, kde jsem v té době dělala online marketing, a postupně zjišťovala, co funguje více a co méně.

V dalším roce jsem pak vytvořila první eBooky jak pro tento projekt, tak pro spřízněné projekty zabývající se burzou. **eBooky neuvěřitelně zvýšily počet lidí v databázi obou projektů a firmy fungovaly následující měsíce v podstatě jen na bázi e-mail marketingu.** To pro mě byla skvělá škola.



Postupně jsem se propracovávala k dalšímu know-how, studovala různé fungující techniky expertů v USA a následně narazila na vzdělávací programy Davida Kirše. Tehdy jsem pochopila, že přestože jsou Davidovy myšlenky v ČR revoluční, já už je dávno znám, jen jsem jim v té době nepřikládala až takový význam.

A tak jsem jim význam přikládat začala.

Když jsem na podzim roku 2012 byla na akci EmailAcademy živě, měli jsme si vymyslet téma eBooku na svůj web a zeptat se pár lidí kolem sebe, zda by je to zajímalo.

V průběhu semináře jsem nabývala na pocitu, že většina lidí neví, co to eBook vůbec je, a tak jsem se namátkou asi 5 lidí zeptala, jestli by je zajímal eBook na téma jak napsat eBook. Dostala jsem v podstatě jednohlasnou odpověď: **ROZHODNĚ ANO!**

A tak se zrodil Jak napsat eBook za 14 dní

Proto jsem moc neotálela a pustila se do tvorby. A jak to dopadlo? Skvěle, nějaké výsledky si můžete detailně prohlédnout na mém [webu tady](#) a [tady](#).

To, jak používat eBook k tomu, aby vám budoval u klientů důvěru, status experta, a hlavně databázi kontaktů pro následný e-mail marketing a prodej, se už ode mě za poslední rok naučilo přes dva tisíce lidí.

Část z nich skrze loňský ročník Online Academy Clubu, a více než 600 dalších si koupilo můj eBook [Jak napsat eBook za 14 dní](#).

Mnozí z nich už dneska úspěšně eBooky používají a příběhy některých z nich [najdete tady](#).

Já osobně jsem si za poslední rok vybudovala z NULY databázi na více než 3 tisíce kontaktů a z toho jsou DVĚ TŘETINY právě díky eBookům.

Pokud jde o mé výděly JEN za pomoci mého webu a databáze, tak jsem si za 2 roky prodeje vydělala - když to zaokrouhlím k 28. 2. 2015 - přes 1 126 000 Kč díky eBooku:

- 858 tisíc prodejem Jak napsat eBook za 14 dní,
- 268 tisíc prodejem Jak úspěšně prodávat eBook ,
- a následovalo 6800 knih Podnikání z pláže a 631 lidí v kurzu Podnikání z pláže ☺ A to nepočítám affiliate propagaci a provize...

To vše díky kombinaci SILNÉ DATABÁZE, se kterou mám VZTAH a která má ve mě DŮVĚRU.

JAK TOTO CELÉ SOUVISÍ S VÁMI?

Ať už máte byznys v nějakém klasickém oboru, nebo podnikáte online, eBook se pro Vás může stát skvělým nástrojem, díky kterému získáte kód k úspěchu:

- 1 Silnou databázi kontaktů.
- 2 Vztah a důvěru návštěvníka webu.
- 3 Status experta ve Vašem oboru.

Kód k Vašemu úspěchu na webu

To, jestli jsou Vaše webové stránky jen obyčejnou výkladní skříní, nebo zručným obchodníkem a prodejcem, závisí na tom, jestli využíváte na maximum celý kód k úspěchu na webu. Ten se skládá ze 3 faktorů, kterými jsou silná databáze, se kterou máte zároveň vztah a která má ve Vás důvěru coby v experta v daném oboru.

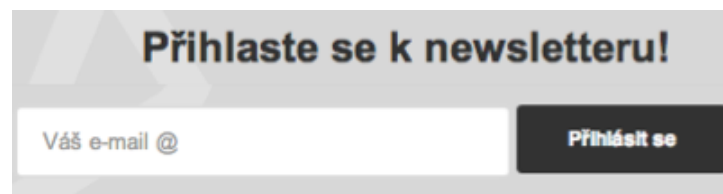
KDYŽ DVA DĚLAJÍ TOTÉŽ, NENÍ TO TOTÉŽ

Podle mého názoru je **NEJVĚTŠÍ PROMARNĚNÁ PŘÍLEŽITOST** podnikatelů a jejich webových stránek to, že na svých webových stránkách VŮBEC nemají webový formulář. **NESBÍRAJÍ KONTAKTY.**

Prostě jim za den přijde na web třeba několik stovek klientů, možná tam mají i hodnotný obsah, protože píšou blog, mají dobré SEO, nebo si třeba zaplatí PPC, jenže ti lidé prostě přijdou a zase odejdou a NIC Z TOHO!

Mnozí další kontakty sbírají, ale velmi neefektivně. Velmi často narážím na webu na způsob, kterým se to prostě dělat nemá.

A ten způsob jistě znáte, je to oblíbená výzva: „Přidejte se do newsletteru.“



Takhle přesně to být nemá.

Proč? Kromě toho, že tento formulář obvykle najdete někde tajemně ukrytý (paticka, vnořené stránky), žádá klienty o něco, o čem si můžete být jistí, že nechtějí udělat.

Bohužel tímto způsobem marníte svou šanci na získání desítek, možná stovek kontaktů, protože lidé nechtějí dostávat newslettery, už tak jim chodí e-mailů dost a dost.

Zajímá Vás, jak to funguje v reálném životě? Pojdme se na to podívat prakticky.



PŘÍBĚH Z PRAXE:

„Když jsme na jaře 2012 s mým tátou Jirkou Mazurem spouštěli nový web, dali jsme na něj několik formulářů. Byl tam formulář na newsletter a byl tam i eBook zdarma.

O šest měsíců později bylo v databázi s eBookem **5 tisíc kontaktů**. V databázi newsletteru jich bylo **46**.

Ještě přemýšlíte, jak to má být správně? 😊

PROČ NEWSLETTER NEFUNGUJE?

E-mail je v dnešním světě velmi ceněná komodita a lidé mají přehlcené schránky nejrůznějšími nabídkami. Proto si dávají pozor, komu svůj e-mail dají a komu ne. Pokud Vám jej mají dát, musí k tomu mít opravdu dobrý důvod. Newsletterem jim v podstatě jen říkáte „Budu Vám posílat další e-maily“. Myslíte, že o to stojí?

A JAK TO TEDY MÁ BÝT SPRÁVNĚ?

Strategický podnikatel využívá svoje webové stránky k tomu, aby na své návštěvníky získával e-mail tak, že jej vymění za něco natolik hodnotného, že za to budou ochotni svůj e-mail poskytnout. Optimálně za něco, co PŘESAHUJE HODNOTU jejich e-mailu. V praxi to může vypadat třeba takto:

The screenshot shows a webpage for Jiří Stibor. The main article is titled "Jak na to: Přitahujte pozornost Vaši fotkou ve výsledcích vyhledávání na Google". Below the title are social media share buttons for Facebook (15), Google+ (3), and Twitter (3). The article text starts with "Možná jste již někdy viděli ve výsledcích vyhledávání na Google fotku člověka (autora), který článek napsal. V praxi to vypadá třeba takto:" followed by a link to "Internet je můj klíč ke svobodě, hojnosti a naplnění | Stanislava ...". A green arrow points from the article text to a sidebar offer titled "E-BOOK ZDARMA:" which includes a book cover image, a form for "JMÉNO" and "E-MAIL", and a "STÁHNOUT" button with "Staženo 186x" below it.

Chyba, které se chcete vyhnout

Ve virtuálním světě se vše děje velice rychle. Klient, který přijde na Váš web, může odejít během tří sekund pryč a už se nevrátit – pokud ho ihned nezaujmete. Ptáte se, co je ta chyba, které se chcete vyhnout?

Nechat jej odejít jen tak.

Podle marketingových výzkumů Gartner Research 67 % zákazníků, kteří vám dnes řekli ne, by bylo ochotno koupit příští rok.

Potřebují k tomu však **opakovanou komunikaci**. 81 % prodeje se děje až při PÁTÉM kontaktu zákazníka. 80 % obchodníků to však po prvním NE vzdává. Vaším cílem je připomínat se, ukazovat, že právě Vy máte hodnotu, kterou tomuto člověku můžete předat.

Jak si ovšem zajistíte to, že o Vás klient uslyší pětkrát? Jak to uděláte, že se vrátí na Váš web nebo přijde znovu do Vaší prodejny?

Optimální je získat na návštěvníka Vašeho webu e-mail a ty další „průměrně čtyři“ kontakty si zajistit a nenechat nic náhodě. Pokud však na něj nemáte e-mail, nemáte ho jak kontaktovat!

Potřebujete tedy budovat databázi e-mailů.

Většina lidí, kteří se pustili do prodeje eBooků jako já, mi píše po prvních prodejních dnech emaily, ve kterých se často opakuje: „...*hlavním zdrojem kupujících jsou lidé z mé databáze*...“ Já mám s databází taky skvělé zkušenosti.



PŘÍBĚH Z PRAXE:

„Když jsem psala tyto řádky (7.3.2014), bylo v mé databázi 3214 e-mailů. Z toho 1979 lidí už mělo můj eBook Jak napsat eBook za 14 dní, tedy 61 %.

A stále kdykoli pošlu e-mail, přijde mi několik dalších objednávek.

Netlačím na pilu. Jen komunikuji se svými klienty, dávám jim další hodnotné informace, sdílím s nimi své zkušenosti.

Mnozí jsou v mé databázi několik měsíců, než si eBook koupí. Co myslíte? Kupovali by stejně, kdyby v mé databázi nebyli?”

LIDÉ NEPŘICHÁZEJÍ NA WEB, ABY UTRATILI PENÍZE



Pokud klient přichází na Vaše stránky, s největší pravděpodobností nepřichází něco kupovat. Proč tedy přichází?

PROČ přichází lidé na vaše stránky...?

Už jste nad tím někdy přemýšleli? A když už tito lidé nakonec koupí váš produkt nebo službu, **PROČ to dělají? Proč kupují?**

LIDÉ CHTĚJÍ VYŘEŠIT SVŮJ PROBLÉM

Problémy a otázky lidí se obecně točí kolem 9 oblastí, kterým říkám 9 klíčů k zákaznickově peněženke.

A jsou to přesně ty důvody, proč si lidé kupují váš produkt nebo službu nebo proč se rozhodnou Vám dát svůj e-mail a stát se součástí Vaší databáze.

9 KLÍČŮ K ZÁKAZNÍKOVĚ PENĚŽENCE

Lidé přichází na vaše webové stránky z těchto devíti důvodů, kterým říkám klíče k zákaznickově peněženke:

1. Vydělat peníze.
2. Ušetřit peníze.
3. Ušetřit čas.
4. Vyhnout se námaze. / Najít snadné řešení.
5. Vyhnout se fyzické bolesti. / Najít fyzické pohodlí.
6. Vyhnout se psychické bolesti. / Najít klid v duši.
7. Cítit se milováni.
8. Cítit se oblíbení.
9. Pobavit se / mít zážitek / ukojit zvědavost.

Zákaznickova peněženka pak může být zamčená jedním z těchto klíčů, ale může to být také kombinace, a pokud svého klienta dobře znáte, tak víte, které klíče potřebujete, jen se je musíte naučit dobře používat.

Týkají se totiž v podstatě celého **prodejního procesu, komunikace s klientem, copywritingu na webu i v reklamních materiálech, jednoduše celého marketingu.**

Pochopení toho, jak pracovat s devíti klíči, je podle mě vlastně klíčové 😊 pro úspěch v byznysu.

Jak toto vše souvisí s eBooky?

Teď už tedy máte představu o tom, proč je skvělé mít na svých webových stránkách webový formulář, budovat databázi kontaktů a proč je lepší vyměnit návštěvníkův e-mail za něco hodnotného než ho lákat do newsletteru. Teď se pojdme podívat na eBooky trochu blíže.



POJĎME SE NEJDŘÍVE PODÍVAT NA TO, CO JE TO EBOOK.

eBook je v podstatě kniha v elektronické podobě. Pro naše online marketingové účely pak nejčastěji ve formátu PDF, který je čitelný na většině zařízení, která naši klienti používají.

Nenechte se ale zmást tím, že by eBook byl jen obyčejné PDF. Aby Vám plnil potřebnou službu a budoval **DŮVĚRU A VZTAH**, musí obsahovat určité náležitosti, o kterých si za chvíli řekneme.

Nemusíte se bát, protože eBook pro Vaše účely **NENÍ KNIHA** v pravém slova smyslu. eBook má, řekněme, 10, 15... 20 stránek textu.

eBook zdarma používáme jako prostředek k budování databáze, vztahu, důvěry a statusu experta v oboru, který děláme.

A CO MÁ TENTO EBOOK SPOLEČNÉ S DEVÍTI KLÍČI K ZÁKAZNÍKOVĚ PENĚŽENCE?

eBook si můžete představit jako takový **UNIVERZÁLNÍ KLÍČ**, který je vyroben přesně na míru vašemu klientovi.

PRO KLIENTA:

- Řeší jeden nebo více z 9 problémů či otázek návštěvníka Vašeho webu.
- Nabízí mu ucelené informace na dané téma.
- Seznamuje ho s někým, kdo mu pomůže (a to jste Vy).

PRO VÁS:

- Buduje databázi kontaktů na potenciální klienty.
- Vytváří klientovu důvěru a vztah k Vám.
- Ukazuje klientovi, že právě Vy jste opravdovým expertem na daný obor.



PŘÍBĚH Z PRAXE:

Prodávám eBooky a učím lidi online marketing. Možná byste si řekli, že nejvíce peněz mi vydělávají odborné články.

Opak je pravdou. Článek, který mi v historii prodeje *Jak napsat eBook za 14 dní přinesl nejvíce objednávek v jeden den, je o tom, jak jsem jednoho dne vykočila z komfortní zóny, sbalila auto, děti a křečky a odjela na půl roku do Španělska. Autentický příběh o svobodě a podnikání z pláže ☺*

[Najdete ho tady >>](#)

Odemkněte kromě peněženky také srdce

Nebudu chodit kolem horké kaše, pojdme si rovnou říct, co je tím klíčem. Klíč k zákazníkovo srdci je PŘÍBĚH a důvěra v to, že jste EXPERT. Proto na začátek eBooku vždy patří jedna opravdu důležitá část, a to si zapamatujte:

EXPERTNÍ AUTENTICKÝ PŘÍBĚH

Pomůže Vám ukázat čtenářům, že právě Vy jste ten expert na svůj obor, máte v tomto oboru zkušenosti, sami jste si například zažili situaci, ve které jsou nyní samotní čtenáři, a jak se Vám povedlo tuto situaci vyřešit... Jednoduše buďte lidští, poukažte na chyby, které jste udělali, a na lekce, které jste se naučili. **Využijte tento příběh pro budování vztahu se svým budoucím klientem.**

Co do takového příběhu patří?

- Proč jste napsali eBook** - tady prosím nepište, že jste ho napsali proto, abyste si vybudovali databázi a abyste více prodali. A prosím s tímto záměrem ani eBook nepište. Detailní kroky k napsání takového příběhu najdete v [Jak napsat eBook za 14 dní](#), ale pro teď si zapamatujte tu otázku a zkuste na ni odpovědět.
- Proč děláte svou práci** - tady můžete uvést, proč jste vlastně začali dělat to, co děláte, jaká byla Vaše cesta, co jste se naučili. Jaký problém řešíte, proč jste v tom nejlepší, proč Vás mají klienti rádi?

Příběh v kombinaci s devíti klíči je otevřenou branou do parku, ve kterém pak už trháte pomyslné šťavnaté ovoce.

Strategie, která vám přivede nové klienty

Napsat eBook a publikovat jej na svém webu výměnou za e-mail je strategie, díky které mnozí světově uznávaní experti vybudovali své databáze a vydělali miliony. Teď můžete tuto strategii použít i pro své podnikání.

ZÁKLADNÍ KROKY VAŠÍ STRATEGIE

Napište eBook, položte základní kameny své databázi a budujte své podnikání na důvěře a statusu experta ve Vašem oboru. **Toto jsou základní kroky, které teď udělejte:**

1. Uvědomte si, které z devíti klíčů potřebujete pro odemčení zákaznickovy peněženky, a použijte je v kombinaci s autentickým expertním příběhem jako univerzální klíč ve formě eBooku.
2. Napište a publikujte hodnotný eBook, pokud nevíte, jak na to, ráda Vám s tím pomůžu v eBooku [Jak napsat eBook za 14 dní](#).
3. Sdílejte eBook se stávajícími klienty na svém webu.
4. Umístěte eBook na webu tak, aby nově příchozí klienti na eBook narazili ihned po příchodu na web, a „prodejte“ tento eBook zdarma tím správným způsobem.
5. Komunikujte s nově nabytou databází, sdílejte další hodnotný obsah, odkazujte na své produkty a služby, ale nechejte vždy klientovi volbu, netlačte ho.



CO ŘÍKÁ

SVĚTOVĚ UZNÁVANÝ

EXPERT

„Chcete znát velké tajemství úspěchu na internetu? Úspěch nezávisí na velikosti návštěvnosti vašeho webu. Úspěch závisí na velikosti Vaší databáze.“

- Ryan Deiss,
světově uznávaný expert na
online marketing,
DigitalMarketer.com

eBook jako nástroj k podnikání z pláže

Strategii pro využití eBooku ve Vašem podnikání už znáte. Než se ale dostanu k závěrečnému slovu, podělím se s vámi ještě o svou oblíbenou součást pojmu eBook a tou je **podnikání z pláže**.



KDO JE A NENÍ PODNIKATEL Z PLÁŽE?

Podnikatel z pláže vydělává peníze, i když právě nepracuje.

Svůj čas si užívá a vydělává, i když zrovna staví s dětmi hrady z písku, plave v bazénu s výhledem na západ slunce nebo celý den s batohem na zádech šlape k vrcholu hory.

Může být kdekoli na světě a ví, že má nastavený automat, který pracuje dnem i nocí za něj. Automat, který mu vydělává peníze, a on si mezitím může užívat život.

Podnikatel z pláže je svobodný a zároveň je součástí jeho života radost a naplnění.

Kdo naopak není plážový podnikatel, si můžete přečíst v článku [Největší mýtus, když jde o podnikání z pláže](#).

EBOOK JAKO NÁSTROJ PLÁŽOVÉHO PODNIKATELE

Jak jste už možná pochopili, já své eBooky prodávám a za dva roky jsem jen samotným prodejem eBooků vydělala přes 1 milion korun.

To znamená, že část mého příjmu jde z toho, že na mém webu www.jak-napsat-ebook.cz prodávám můj eBook.

TOTÉŽ MŮŽETE DĚLAT I VY

1. Napište eBook, který bude lidem přinášet takovou hodnotu, že za ni budou ochotni platit.
2. Nastavte si prodejní proces na automat.
3. Vyberte si, na kterou pláž se vydáte.

Několik slov na závěr

Jak se vám líbí myšlenka mít databázi několika tisíc lidí, které zajímá Váš obor a mohli by se stát Vašimi klienty? Jak Vám zní představa, že kdykoli jim odešlete e-mail, přijde Vám několik nových objednávek? A co představa podnikání z pláže?

Samo od sebe se to nestane, a to, že teď máte nějaké nové informace, tak to nic nezmění.

Musíte jít a začít ty věci dělat. [Ráda Vám budu i nadále průvodcem.](#)

Pust'te se do toho. Za rok, až za sebou uvidíte nově vybudovanou databázi a množství nových klientů, si poděkujete, že jste do akce šli.



Jste připraveni na další krok?

Nenechám Vás odejít jen tak. Uděláme další krok hned a společně. Mám tady pro Vás totiž jeden malý bonus – akční úkol, který Vám zabere 10 minut, ale ujasní mnohé.

Připraveni? Najdete ho na dalších stránkách.



Věřím, že Vám tento eBook přinesl pár nových vhledů a nápadů pro Vaše podnikání.

Pokud budete mít chuť, budu ráda, když mi napíšete, jak se Vám líbil a v čem Vás obohatil, nebo v případě, že Vám něco není jasné.

Můj e-mail je:
stana@stanislavamrazkova.cz

AKCE: O čem bude Váš eBook?

Než začnete přemýšlet nad tím, jak napsat eBook a jak proces zautomatizovat tak, aby vám přinášel co největší užitek, možná vás napadá myšlenka, o čem by takový eBook měl vůbec být? Pokud jste tvůrčí typ a nápady sypete z rukávu, možná už máte několik témat. Pokud jste však typ spíše analytický, pomůže vám následující cvičení, které je součástí eBooku Jak napsat eBook za 14 dní.

NEJDŘÍVE TROCHA TEORIE

Je jasné, že obor Vašeho produktu či služby lze pojmout z různých hledisek, a určitě od vás nikdo nečeká, že jej celý obsáhnete v jednom eBooku. Vycházejte z často kladených otázek vašimi klienty a z následujících šesti okruhů:

- **Rady, JAK něco udělat, dělat** (např. – [Jak napsat eBook za 14 dní](#)).
- **Rady, jak pracovat s Vaším produktem/službou** (příklad takového eBooku po registraci do affiliate programu na [affiliate.firma20.cz](#) - 3 cesty, jak nejlépe propagovat).
- **Rady, jak vybrat ten správný produkt/službu z Vašeho sortimentu** (např. [www.akusticka-pena.cz](#) – Jak vybrat akustickou pěnu).
- **Obecné informace k tématu vztahujícímu se k Vašemu produktu/službě** (např. [Jak začít na burze – 7 kroků pro rychlý start](#)).
- **Důvody PROČ něco dělat, nebo informace o výhodách, které přinese Váš produkt / služba** (příklad takového eBooku právě čtete 😊).
- **Rady, tipy, inspirace pro Vaši cílovou skupinu** (např. [Zápisky z New Yorku](#)).

JAK NÁSLEDNĚ VYBRAT KONKRÉTNÍ TÉMA?

Ve výběru tématu vám pomůže zamyslet se nad tím, jaké otázky mají klienti nejčastěji. Napište si níže nebo na papír bokem často kladené dotazy Vašich klientů, případně popište jejich problémy, starosti a otázky, které se vztahují k Vašemu produktu, službě či oboru.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____

Pokračujte tím, že si napíšete 1-3 možnosti, o čem může být Váš eBook, a to ke každému z výše uvedených šesti okruhů (můžete využít pracovní list z následující strany).



Rady, jak něco udělat, dělat

1. _____ Hodnocení:
2. _____ Hodnocení:
3. _____ Hodnocení:

Rady, jak pracovat s Vaším produktem či službou

1. _____ Hodnocení:
2. _____ Hodnocení:
3. _____ Hodnocení:

Důvody, PROČ něco dělat, nebo informace o výhodách, které přinese Váš produkt nebo služba

1. _____ Hodnocení:
2. _____ Hodnocení:
3. _____ Hodnocení:

Obecné informace k tématu vztahujícímu se k Vašemu produktu / službě

1. _____ Hodnocení:
2. _____ Hodnocení:
3. _____ Hodnocení:

Rady, jak vybrat ten správný produkt či službu z Vašeho sortimentu

1. _____ Hodnocení:
2. _____ Hodnocení:
3. _____ Hodnocení:

Stručné a výstižné tipy a rady, které zaujmou Vaši cílovou skupinu

1. _____ Hodnocení:
2. _____ Hodnocení:
3. _____ Hodnocení:



Až budete mít jednotlivé možnosti napsané, napište si k nim do pole „Hodnocení“ + za každé vyhovující kritérium z následujících:

- Vím o tom opravdu hodně / nemusím hledat mnoho dalších zdrojů k sepsání těchto informací.
- Moje klienty to zajímá / řeší to jejich otázky, problémy.
- Moje klienty to něco naučí.

Tato kritéria jsou samozřejmě důležitá. Je možné, že Vám stejný počet + vyjde u několika možností. Volba je samozřejmě na Vás. Pište o něčem, co Vás bude bavit, umíte to a zároveň pomůžete a předáte hodnotu mnoha lidem.

Hotovo? 😊 Napište si výsledek:

Vybral(a) jsem si toto téma pro svůj eBook:

ŘÍKÁ SE, ŽE JAKKOLI SLOŽITÉ JAK LZE PŘEKONAT DOSTATEČNĚ SILNÝM PROČ

Pokud jste dočetli až sem a šli do akce a udělali cvičení, pak **Vám gratuluji**. Už víte, **PROČ** napsat eBook, co to může přinést Vám, Vašemu podnikání, a jak Vám to může ulehčit život a budování vztahu, důvěry a značky. Možná i pomýšlíte na prodej eBooku a podnikání z pláže.

Máte-li silné důvody a víte, proč eBook chcete napsat, s tím JAK Vám velice ráda pomůžu.

- [Jak napsat eBook za 14 dní získáte zde >>](#)
- A jak se stát podnikatelem z pláže? [Přečtěte si mou knihu >>](#)