

Bonusová kapitola č. 3: Co dělat, když se kurz neprodává?

Reklama vám běží už týden, výsledky jsou nulové a vy si rvete vlasy a říkáte si, že váš kurz stojí za nic. Co dělat? Natočit nový? Zlevnit ho na 50 korun?

Ne vždycky musí být problém v samotném kurzu. Pravděpodobnější je, že se neprodává, protože se vám **nepodařilo vytvořit dostatečně lákavou nabídku**, která by lidi ke koupi přesvědčila.

Ale nepanikařte, to se dá napravit snáz, než si myslíte. Než se pustíte do nějakých velkých úprav, zkuste změnit několik drobných, ale důležitých věcí.

V první řadě je nutné najít problém

Při hledání problému postupujte popořadě – jděte stejnou cestou jako váš zákazník. Ten nejprve vidí vaši reklamu. První problém tedy může vzniknout zde.

Facebook vám naštěstí hlídá výsledky vaší reklamy. Ty si můžete zjistit přímo pod příspěvkem. Klikněte na jeden z červeně podtržených nápisů a zobrazí se vám **podrobnosti o příspěvku**.

On Lemon Česká republika
Distributor potravin

[Další informace](#)

2 633 Oslovení lidí 20 Zájem – Skóre distribuce

[Propagovat znovu](#)

Podrobnosti o příspěvku

On Lemon Česká republika
Zveřejněno Janem Dvořákem · 8. října 2019 ·

Sedíš v kanceli, potřebuješ se soustředit, jenže máš žízeň a chce se ti spát a z kapslového kafe se ti už dělá šoufl?

Co takhle limonádu, která má pod kapotou stejně kofeinu jako jedno dobře připravený espresso?

Toho Maca na obrázku ti neseženem, ale kde sehnat naše limonády, ti řekneme rádi!

Efektivita vašeho příspěvku

2633 Oslovení lidí

20 To se mi líbí, komentáře a sdílení

0 Kliknutí na příspěvek

0 Zobrazení fotek	0 Kliknutí na odkaz	0 Jiná kliknutí
-----------------------------	-------------------------------	---------------------------

[Zobrazit další podrobnosti](#)

NEGATIVNÍ HODNOCENÍ

0 Skrýt všechny příspěvky	0 Skrýt příspěvek
0 Nahlásit jako spam	0 Tato stránka se mi už nelíbí

Je problém v reklamě?

Pokud na vás v kolonce **Kliknutí na příspěvek** zírá prázdná nula, je problém v reklamě. Ta není dostatečně zajímavá nebo přesvědčivá, nedává lidem dostatečný důvod ke kliknutí.

Proto je potřeba ji trochu upravit. Nesnadnější a většinou i neefektivnější je změnit tyto věci:

- **obrázek** – zkuste něco, co se absolutně vymyká všem obrázkům, které lidé na Facebooku většinou vidí
- **první řádky příspěvku** – zkuste začít třeba slovy „Tady je perfektní řešení pro všechny, kdo...“ nebo „Varování, tenhle on-line kurz vám přinese... a nebude vás to stát hodiny zbytečně strávené...“
- **výzvu k akci** – je z konce příspěvku jasné, co mají lidé udělat? Dáváte jim dostatečný důvod, proč by měli kliknout? Zkuste změnit poslední větu: „Jestli nechcete, abyste dál..., klikněte na tlačítko Další informace.“ nebo „Chcete dál patřit mezi ty, kdo..., nebo už konečně uděláte krok dopředu a začnete...?“

Abyste do budoucna poznali, co z toho zafungovalo, nejdříve změňte obrázek, nechte reklamu chvíli běžet, a když to nepomůže, přejděte k dalšímu bodu.

Je problém v prodejní stránce?

Kliknutí na reklamu máte dost, ale nákup žádný? Pak je problém na prodejní stránce. Vraťte se k Návodu na neodolatelnou prodejní stránku a zamyslete se nad tím, jestli mu váš text opravdu odpovídá.

Opět připomínám: **50 % úspěchu dělá nadpis**. Ten rozhoduje o tom, jestli návštěvník bude chtít číst dál, nebo ne. Nepřidělávejte si proto zbytečně práci. Než začnete přepisovat celou prodejní stránku, zkuste nejdříve změnit jenom nadpis.

A je dostatečně srozumitelné, co je obsahem kurzu? Natočte krátké video, kde kurz uvedete. Nebo do stránky přidejte úryvek z jedné kapitoly, ať návštěvníci vidí, co za své peníze dostanou.

Je problém v obsahu kurzu?

Teprve teď můžete začít přemýšlet nad tím, jestli je obsah vašeho kurzu dostatečně lákavý. Tady mají obrovskou výhodu ti, kdo se rozhodli pro **předprodej**, protože je změny nebudou vůbec bolet.

*Místo předělávání kapitol a přetáčení zkuste spíše přidat **pár bonusových kapitol**. Tím se zvedne jeho hodnota.*

Je problém v ceně?

Nepřestřelili jste cenu, To je až ta úplně poslední otázka, která by vám měla vyvstat na mysli. Když se kurz neprodává ani potom, co jste přidali bonusové kapitoly, je na čase zlevnit.

Nezapomeňte tu slevu náležitě prodat. Zmiňte ji ve Facebookové reklamě (hned na začátku) a omezte ji časově nebo množstevně. Napište, že je to zaváděcí cena, která platí jen do určitého data nebo jen pro prvních x studentů. To totiž lidi motivuje k nákupu mnohem více než prosté snížení cen.