

Manuál úspěšného konzultanta



Umění konzultace a uzavření obchodu

Motto: Nabízíme řešení, ne jen produkty

Manuál úspěšného konzultanta

Naším cílem je přinášet klientům skutečné výsledky. Klíčem k těmto výsledkům je **SYNERGIE**.

Synergie znamená, že kombinace produktů přináší větší efekt než pouhý součet jejich jednotlivých účinků ($1+1=3$).

Tento Manuál představuje praktický návod jak implementovat nové Produktové balíčky a dosáhnout:

- **Lepší výsledky pro klienta:** Rychlejší dosažení cílů a vyšší spokojenost
- **Vyšší loajalita:** Spokojený klient se vrací a důvěřuje Vaším doporučením
- **Vyšší hodnota objednávky:** Efektivnější obchod a vyšší zisk pro Vás

Vítejte v roli Konzultanta Vitality

Tento manuál je Vaším průvodcem k mistrovství v obchodní konzultaci. Naším cílem je změnit myšlení z "prodejce produktů" na "respektovaného Konzultanta Vitality".

Klíčový rozdíl:

- **Prodejce:** Tlačí produkty, zaměřuje se na vlastnosti, bojí se námitek. Jeho cílem je transakce.
- **Konzultant:** Naslouchá potřebám, zaměřuje se na přínosy a řešení, vítá námítky jako příležitost k edukaci. Jeho cílem je výsledek pro klienta a dlouhodobý vztah.

Mnoho poradců Akuna má z uzavírání obchodu strach. Bojí se odmítnutí nebo toho, že budou působit nátlakově.

Pokud ale věříte v hodnotu programů Akuna a vedli jste správně konzultaci, pak je uzavření obchodu logickým a etickým krokem. Je to moment, kdy klient říká "ANO" řešení svého problému. Bez tohoto kroku mu nemůžete pomoci.

Tento manuál Vás provede 6 fázemi konzultace, které přirozeně vedou k úspěšnému uzavření obchodu.

V první části se zaměříme na obecné principy a vysvětlíme jednotlivé fáze potřebné k úspěšnému uzavření obchodu.

Součástí tohoto manuálu je Praktický konzultační checklist pro poradce a příklad modelového rozhovoru poradce Akuna s klientem.

FÁZE 1-4 – POKLÁDÁNÍ ZÁKLADŮ

Úspěšné uzavření nezačíná na konci rozhovoru. Začíná v prvních minutách. 80 % úspěchu tvoří důkladná příprava a analýza potřeb.

Fáze 1: Navázání vztahu (Důvěra)

Cíl: Vytvořit přátelské prostředí.

Klíčová otázka: "Co je hlavním důvodem, proč jste se rozhodl/a řešit své zdraví právě teď?"

Fáze 2: Analýza potřeb (Symptomy)

Cíl: Identifikovat, co klienta trápí (únava, stres, imunita...).

Technika: Ptejte se otevřenými otázkami a aktivně naslouchejte (Pravidlo 80/20).

Fáze 3: Identifikace dopadu (Motivace) – KLÍČOVÉ!

- **Cíl:** Zjistit, jak symptomy reálně ovlivňují život klienta. Toto vytváří naléhavost řešení.
- **Komentář poradce:** Lidé nekupují produkty kvůli symptomům, ale kvůli dopadům. Nekupují hořčík, protože ho mají málo. Kupují ho, protože chtějí lépe spát, aby měli více trpělivosti na rodinu.

Klíčové otázky:

- **Dopad:** "Jak tento problém *[např. únava]* ovlivňuje Váš pracovní výkon nebo čas s rodinou?"
- **Emoce:** "Jak se cítíte, když se to děje?"
- **Budoucnost:** "Co se stane, pokud tento problém nevyřešíme?"

FÁZE 4: DIAGNOSTIKA (Interní)

Cíl: Přiřadit potřeby klienta k jednomu z programů (START, VITALITA, PREMIUM).

Oblast zájmu	Klíčové Indikátory	Balíček:
Imunita & Restart	Časté nemoci, nízká energie (bez velkého stresu), hledá start (1 měsíc).	START
Stres & Psychika	Vysoká míra stresu, špatný spánek, Podrážděnost, potřeba hořčíku a B-komplexu.	VITALITA
Pohybový aparát	Aktivní život/Sport, svalové křeče, ztuhlost kloubů.	VITALITA
Detox & Prevence	Zájem o očistu, pocit těžkosti, potřeba Ostropestřce (AkuCleanse).	PREMIUM
Srdce & Anti-aging	Zájem o dlouhověkost, Investiční přístup (3-4 měsíce), potřeba Omega 3 a Q10.	PREMIUM

ZLATÉ PRAVIDLO: Teprve když klient cítí, že mu dokonale rozumíte a že chápete vážnost jeho situace (*Dopad*), získali jste právo nabídnout řešení.

FÁZE 5A – DOPORUČENÍ ŘEŠENÍ (Přechod k uzavření)

Nyní přichází moment, kdy představíte řešení. Musíte být sebevědomí a přesvědčiví.

Krok 1: Shrnutí a potvrzení (Získání mikrosouhlasu)

Cíl: Ujistit se, že jste na stejné vlně a získat první "ANO".

Příklad: "Pokud Vám dobře rozumím, Vaší hlavní prioritou je lépe zvládat stres v práci [*Potřeba*], protože Vás trápí, že jste podrážděný/á na rodinu [*Dopad*]. Je to tak?" (*Počkejte na souhlas*).

Krok 2: Edukace o synergii (Proč program?)

Cíl: Vysvětlit, proč jeden produkt nestačí.

Analogie zahrady: "Vitamíny jsou jako semínka. Pokud je zasejete do suché půdy (*organismus bez harmonizace*), nevyrostou. Alveo půdu zkyprí a zalije (*harmonizuje trávení*). Teprve pak mají semínka maximální šanci vyrůst."

Krok 3: Sebevědomé doporučení (Předpis řešení)

Návod: Mluvte jako expert – jasně a s autoritou. Vyhněte se váhavým frázím.

Příklad: "Na základě toho, co jste mi řekl/a, je pro Vás jednoznačně nejlepším řešením náš program VITALITA."

Krok 4: Vysvětlení přínosů (Zaměřené na klienta)

Cíl: Spojit vlastnosti programu s řešením klientových problémů (*použijte jeho vlastní slova z Fáze 3*).

Příklad: "Tento program Vám pomůže lépe zvládat stres díky unikátnímu triu hořčičků [*Reakce na stres*] a obnoví energii, abyste měl/a více trpělivosti na rodinu [*Reakce na dopad*]."

FÁZE 5B – MISTROVSTVÍ V ZVLÁDÁNÍ NÁMITEK

Námitky nejsou odmítnutím. Jsou projevem zájmu nebo žádostí o více informací. Pokud přijdou, znamená to, že klient o nabídce přemýšlí.

Univerzální technika NUPR:

- 1. Naslouchat:** Nepřerušujte klienta. Nechte ho domluvit.
- 2. Uznat:** Ukažte pochopení a empatii. Tím snížíte napětí.
(*"Rozumím Vám...", "Chápu Vaši opatrnost..."*)
- 3. Prozkoumat:** Zjistěte skutečný důvod námitky. (*"Když říkáte drahé, s čím to porovnáváte?"*)
- 4. Reagovat:** Poskytněte logické vysvětlení nebo novou perspektivu.

Tip Konzultanta: Nikdy neříkejte "**ALE**". Místo toho použijte "**A ZÁROVEŇ**".

Příklad: "Rozumím, že cena je důležitá, **A ZÁROVEŇ** se bavíme o investici do Vaší energie a vztahů."

ZVLÁDÁNÍ NÁMITEK – PŘÍKLADY

Námitka: Cena ("Je to příliš drahé.")

- **Uznání:** "Rozumím, je přirozené zvažovat investici do zdraví."
- **Reakce (Hodnota synergie):** "Na rozdíl od izolovaných vitamínů získáváte ucelený program pro maximální synergický efekt. Díky Alveu tělo vstřebá mnohem více účinných látek. Ve výsledku je to efektivnější než dlouhodobé experimentování."
- **Reakce (Náklady nečinnosti):** "Vraťme se k tomu, co jste říkal/a o *[Dopad z Fáze 3, např. ztrátě energie na rodinu]*. Jakou hodnotu by pro Vás mělo, kdybychom tento problém vyřešili?"

Námitka: Skepticismus ("Už jsem zkusil/a všechno a nic nefungovalo.")

- **Uznání a prozkoumání:** "Naprostě chápu Vaši opatrnost. Co konkrétně jste zkoušel/a v minulosti?"
- **Reakce (Vstřebatelnost):** "Problém často není v tom, že by vitamíny nefungovaly, ale že je tělo nedokáže vstřebat. Náš program začíná Alveem, které harmonizuje trávení a maximalizuje vstřebatelnost. To je ten klíčový rozdíl."

Námitka: Konkurence ("Už беру vitamíny/hořčík z lékárny.")

- **Uznání a prozkoumání:** "To je skvělé, že se o sebe staráte. Pozorujete požadovaný efekt na *[Klientův problém]*?" (*Často zjistíte, že efekt není dostatečný.*)
- **Reakce (Forma a komplexnost):** "Klíčem k úspěchu je forma a kombinace. Například náš ONYX PLUS Flexi obsahuje unikátní '**trio hořčíků**', který je synergicky propojen s B-komplekem v MASTERvitu. Tato kombinace dělá zásadní rozdíl v tom, jak tělo látky využije."

ZVLÁDÁNÍ NÁMITEK – PŘÍKLADY

Námitka: "Potřebuji si to rozmyslet." (Zástupná námitka)

- **Uznání:** "Samozřejmě, je to důležité rozhodnutí."
- **Prozkoumání (Klíčové!):** "Mohu se zeptat, co konkrétně potřebujete zvážit? Je to ohledně složení programu, ceny, nebo něčeho jiného?" (*Tím odhalíte skutečnou námitku*).

FÁZE 6 – UMĚNÍ UZAVŘENÍ OBCHODU

Toto je cílová rovinka. Pokud jste zvládli námitky, je čas požádat o objednávku. Buďte přímí a sebevědomí.

Krok 1: Ověření Porozumění

Příklad: "Dává Vám tento plán smysl? Máte k tomu ještě nějaké otázky?"

Krok 2: Výzva k akci (Uzavření Obchodu)

Vyberte si techniku, která Vám nejlépe vyhovuje:

- **Přímá otázka (Nejefektivnější):** "Jste připraven/a začít pracovat na své vitalitě? Perfektní, nyní si můžete objednat balíček Vitalita! V případě potřeby Vám s tím rád pomohu."
- **Předpokládaný souhlas (Assumptive close):** "Výborně rád Vám s tím pomohu. Program Vám tedy nechám zaslat. Jaká je Vaše doručovací adresa?"
- **Alternativní uzavření (Dáváte na výběr):** "Skvěle. Objedávám Vám tedy program **VITALITA**. Jakou příchuť Alvea preferujete – hroznovou nebo mátovou?"

ZLATÉ PRAVIDLO UZAVÍRÁNÍ: Síla Ticha! Poté, co položíte uzavírací otázku, **MLČTE**. Odolejte nutkání dále mluvit. Kdo promluví první, často ztrácí kontrolu nad situací.

FÁZE 6 – UMĚNÍ UZAVŘENÍ OBCHODU

Krok 3: Naplánování následné péče (Klíčové pro Retenci!)

Návod: Ujistěte klienta, že nákupem Vaše péče nekončí, ale začíná.

- **Příklad:** "Výborně. K balíčku dostanete i 'Průvodce Vitality'. A co je důležité, určitě Vám zavolám za 14 dní, abychom zjistili, jak se cítíte."

TIPY A RADY PRO ÚSPĚŠNÉ UZAVŘENÍ OBCHODU

Příprava a mindset

1. **Změňte Slovník:** Nejste "**prodejce**", jste "**konzultant vitality**".
Vaším cílem není "**prodat**", ale "**pomoci vyřešit problém**". Tato změna myšlení snižuje tlak na obou stranách.
2. **Příprava je Základ:** Mějte perfektně zvládnutý tento Checklist a logiku balíčků. Mějte po ruce všechny materiály.

Komunikační techniky

3. **První dojem a řeč těla:** Udržuj přátelský oční kontakt, měj otevřený postoj a usmívej se.
4. **Aktivní naslouchání:** Parafrázuj, co klient řekl, abys ukázal/a porozumění ("*Pokud Vám dobře rozumím, trápí Vás hlavně...*").
5. **Technika zrcadlení (Mirroring):** Jemně napodobuj tón hlasu a tempo řeči klienta. Buduje to podvědomý soulad (rapport).
6. **Síla ticha:** Neboj se ticha. Po položení důležité otázky (zejména ve Fázi 3 – Dopady) dej klientovi čas přemýšlet. Kdo promluví první, často ztrácí kontrolu.

TIPY A RADY PRO ÚSPĚŠNÉ UZAVŘENÍ OBCHODU

7. Příběhy prodávají (Storytelling): Místo výčtu složek použij krátký příběh jiného klienta s podobným problémem. "Měl jsem klienta, který stejně jako Vy řešil *[Problém]*. Po programu VITALITA..."

Uzavírání obchodu

8. Zaměření na hodnotu, ne na cenu. Vždy vracej konverzaci zpět k přínosům pro klienta a k tomu, jakou hodnotu má pro něj vyřešení jeho problému (**Dopady z Fáze 3**).

9. Sebevědomé doporučení: Jakmile identifikuješ potřebu a představíš řešení, předpokládej souhlas. Neptej se váhavě, ale použij jasnou výzvu k akci (**viz Fáze 6**).

10. Zvládání "NE": "NE" často znamená "Zatím NE". Respektuj rozhodnutí, ale naplánuj další kontakt v budoucnu.

DESÁTERO PORADCE/KONZULTANTA AKUNA

- 1. Naslouchej více, než mluvíš (Pravidlo 80/20).** Tvým úkolem je pochopit, ne přesvědčovat.
- 2. Hledej skutečnou potřebu za potřebou.** Klient nechce hořčičk. Klient chce dobře spát, aby měl trpělivost na rodinu.
- 3. Prodávěj řešení a synergii, ne produkty.** Vysvětli, proč je program efektivnější než izolovaný produkt (použij analogie, např. "Zahrada a půda").
- 4. Buď expertem, ale mluv lidsky.** Vzdělávej se o produktech, ale vyhni se složitému žargonu.
- 5. Empatie buduje důvěru.** Upřímný zájem o situaci klienta je základem vztahu.

DESATERO PORADCE/KONZULTANTA AKUNA

- 6. Bud' autentický/á.** Tvá vlastní zkušenost a nadšení jsou nejsilnějšími prodejními nástroji.
- 7. Respektuj rozhodnutí klienta.** Tvým úkolem je nabídnout nejlepší řešení, ne tlačit na pilu.
- 8. Důvěra je tvá měna.** Jednej vždy eticky a transparentně. Nikdy nepřeháněj účinky.
- 9. Následná péče není bonus, je to povinnost.** Úspěch klienta začíná až po nákupu. Aktivně se zajímej o jeho pokrok.
- 10. Tvůj úspěch je odrazem úspěchu tvých klientů.** Zaměř se na výsledky klienta a tvůj byznys poroste přirozeně.

PRAKTICKÝ KONZULTAČNÍ CHECKLIST V PRAXI

FÁZE 1: NAVÁZÁNÍ VZTAHU A KONTEXT (2-3 minuty)

Cíl: Vybudovat důvěru a pochopit motivaci klienta.

Úvod a nastavení očekávání:

- "Dobrý den, [*Jméno Klienta*]. Abych Vám mohl/a co nejlépe poradit, potřebuji pochopit Váš aktuální stav. Mohu Vám položit pár otázek ohledně Vašeho životního stylu? Je to tak v pořádku?"

Zjištění primární motivace:

- "Co je hlavním důvodem, proč jste se rozhodl/a řešit své zdraví/energii právě teď?"

Otázka "Kouzelná hůlka":

- "Kdybyste mohl/a změnit jednu věc na tom, jak se každý den cítíte, co by to bylo?"

PRAKTICKÝ KONZULTAČNÍ CHECKLIST V PRAXI

FÁZE 3 (ROZŠÍŘENÁ): IDENTIFIKACE DOPADU A MOTIVACE (5-10 minut) – KLÍČOVÁ FÁZE

Cíl: Převést symptomy (např. "jsem unavený") na reálné, bolestivé dopady (např. "kvůli únavě nemám trpělivost na děti"). Tím se vytváří naléhavost řešení. Zpomalte, naslouchejte a všímejte si neverbální komunikace.

Výběr Problému: Vyberte 1-2 nejpalčivější problémy identifikované ve Fázi 2.

Prozkoumání dopadu (Použijte níže uvedené otázky):

- A. Profesní dopady:** "Zmínil/a jste [*Problém*, např. špatné soustředění]. Jak konkrétně to ovlivňuje Váš výkon v práci?"
- B. Osobní dopady (Vztahy a volný čas):** "Když se vrátíte domů vyčerpaný/á, jak to ovlivňuje čas strávený s rodinou?"
- C. Emocionální dopady (Pocity) – Nejdůležitější:** "Jak se cítíte, když Vám [*Problém*] zabrání udělat něco důležitého?" (Hledejte pocity: frustrace, vina, strach).
- D. Budoucí dopady (Cost of inaction):** "Představte si, že se Váš stav nezmění. Jak bude Váš život vypadat za 6 měsíců, pokud tento problém nevyřešíme?"

Reakce na klienta (Tip pro poradce):

- **Pokud se otevírá** (sdílí emoce): Projevte empatii ("To musí být náročné..."). Jděte hlouběji. **Po položení otázky mlčte.** Dejte klientovi prostor.
- **Pokud je uzavřený:** Netlačte. Normalizujte situaci: "Mnoho mých klientů se cítí podobně..."
- **Pokud zlehčuje problém** ("To je normální"): Jemně konfrontujte: "Možná je to běžné, ale musí to být Vaše norma? Jak by vypadal Váš den, kdyby to normální nebylo?"

PRAKTICKÝ KONZULTAČNÍ CHECKLIST V PRAXI

Na základě odpovědí z Fáze 2 a 3 určete nejvhodnější balíček.

Oblast zájmu	Klíčové indikátory	Balíček:
Imunita & Restart	Časté nemoci, nízká energie (bez velkého stresu), hledá start (1 měsíc).	START
Stres & Psychika	Vysoká míra stresu, špatný spánek, podrážděnost, potřeba hořčíku a B-komplexu.	VITALITA
Pohybový Aparát	Aktivní život/sport, svalové křeče, ztuhlost kloubů.	VITALITA
Detox & Prevence	Zájem o očistu, pocit těžkosti, potřeba ostropestřce (AkuCleanse).	PRÉMIUM
Srdce & Anti-aging	Zájem o dlouhověkost, investiční přístup (3-4 měsíce), Potřeba omega 3 a Q10.	PRÉMIUM

PRAKTICKÝ KONZULTAČNÍ CHECKLIST V PRAXI

FÁZE 5A: DOPORUČENÍ ŘEŠENÍ (5 minut)

Cíl: Představit vybraný program jako logické řešení. Zdůrazněte SYNERGII.

Shrnutí potřeb (Získání souhlasu):

- "Pokud Vám dobře rozumím, Vaší hlavní prioritou je *[Potřeba 1]* a *[Potřeba 2]*, protože Vás aktuálně omezuje *[Dopad z Fáze 3]*. Je to tak?" (Počkejte na souhlas).

Edukace o synergii:

"Klíčem k opravdové změně je synergie – správná kombinace látek. Alveo (naš základ) zajistí, že tělo vše maximálně využije."

Doporučení konkrétního programu:

"Na základě toho je pro Vás ideální náš program *[Název Programu]*."

Vysvětlení přínosů (Zaměřené na klienta):

(Příklad VITALITA): "Tento program Vám pomůže lépe zvládat stres díky unikátnímu triu hořčičů *[Reakce na Potřebu Stresu]* a obnoví stabilní energii díky B-komplexu *[Reakce na Potřebu Energie]*."

PRAKTICKÝ KONZULTAČNÍ CHECKLIST V PRAXI

FÁZE 5B: ZVLÁDÁNÍ NÁMITEK (Toolkit)

Cíl: Zvládnout odpor klienta sebevědomě. Použijte techniku NUPR: **Naslouchat -> Uznat -> Prozkoumat -> Reagovat.**

Námitka: Cena ("Je to příliš drahé")

- **Uznat/prozkoumat:** "Rozumím, cena je důležitý faktor. S čím to porovnáváte?"
- **Reagovat (Hodnota):** "Získáváte ucelený program pro maximální synergický efekt. Je to efektivnější než experimentování s jednotlivými produkty. Na rozdíl od izolovaných vitamínů zde získáváte ucelený program navržený pro maximální synergický efekt. Díky Alveu tělo vstřebá mnohem více účinných látek což je ve výsledku daleko efektivnější než dlouhodobé a drahé experimentování"
- **Reagovat (Dopad):** "Vraťme se k *[Dopad z Fáze 3]*. Jakou hodnotu by pro Vás mělo, kdybychom tento problém vyřešili?"

Námitka: Skepticismus ("Už jsem zkusil/a všechno")

- **Uznat/prozkoumat:** "Chápu Vaši opatrnost, mnoho lidí má podobné zkušenosti. Co konkrétně jste zkoušel/a?"
- **Reagovat (Synergie):** „Problém často není v tom, že by vitamíny nefungovaly, ale že tělo nedokáže tyto látky efektivně vstřebat. Akuna přistupuje k věci jinak a komplexně. Náš program začíná Alveem, které harmonizuje zažívání a maximalizuje vstřebatelnost ostatních složek. To je ten klíčový rozdíl“ Použít příklad analogie Zahrada a půda: Vitamíny a minerály jsou jako drahá semínka. Pokud je zasejete do suché, nekvalitní půdy (organismus bez harmonizace), tak nevyrostou. Alveo je jako zahradník, který půdu zkypří a zalije (harmonizuje zažívání). Teprve pak mají semínka maximální šanci vyrůst.“

PRAKTICKÝ KONZULTAČNÍ CHECKLIST V PRAXI

Námitka: Konkurence ("Už беру vitamíny/hořčík z lékárny")

- **Uznat/prozkoumat:** "To je skvělé, že se o sebe staráte. Pozorujete požadovaný efekt na *[Klientův Problém]*?" (často zjistíte, že efekt není dostatečný)
- **Reagovat (Forma):** „Klíčem k úspěchu není jen samotná účinná látka, ale i její forma a kombinace. Například náš ONYX PLUS Flexi obsahuje unikátní 'trio hořčíků' synergicky propojené s B-komplexem v MASTERvitu pro maximální využití v těle.“ Tato kombinace dělá zásadní rozdíl v tom, jak tělo tyto látky využije.

Námitka: Komplexnost ("Nemám čas užívat tolik věcí")

- **Uznat:** "Rozumím, dnešní doba je hektická."
- **Reagovat:** „A právě proto jsou naše klíčové produkty v tekuté formě nebo v praktických sáčkích. Celý rituál zabere méně než 2 minuty denně. Tyto 2 minuty Vám ve výsledku ušetří hodiny, které byste jinak ztratil/a kvůli únavě."

PRAKTICKÝ KONZULTAČNÍ CHECKLIST V PRAXI

FÁZE 6: UZAVŘENÍ A NÁSLEDNÁ PÉČE (2 minuty)

Ověření porozumění:

- "Dává Vám tento plán smysl? Máte k tomu nějaké otázky?"

Představení přidané hodnoty:

- "K balíčku dostanete i e-book 'Průvodce Vitality', který Vás kúrou provede."

Výzva k akci (Uzavření obchodu):

- "Jste připraven/a začít pracovat na své vitalitě? Mohu pro Vás tento program rovnou objednat?"

Naplánování následné péče (Klíčové!):

- "Výborně. Určitě Vám zavolám za 14 dní, abychom zjistili, jak se cítíte."

MODELOVÝ ROZHOVOR: Poradce David a klientka Jana

Persona klientky (Jana, 42 let): Manažerka v korporaci, 2 děti, vysoký stres, únava. **Cílový balíček: VITALITA.**

(FÁZE 1 a 2: Navázání vztahu a analýza potřeb) David: Dobrý den, Jano. Abych Vám mohl co nejlépe poradit, potřebuji pochopit, jak se aktuálně cítíte. Co je hlavním důvodem, že chcete řešit své zdraví právě teď? **Jana:** Dobrý den. Hlavně ta neustálá únava a stres. V práci je toho moc a mám pocit, že to přestávám zvládat.

David: Rozumím. Když mluvíte o stresu, jak se u Vás projevuje?

Jana: Jsem podrážděná, špatně spím, budím se kolem čtvrté ráno a už nezaberu. A často mě bolí za krkem, takové to napětí.

(FÁZE 3: Identifikace dopadu – KLÍČOVÁ ČÁST) David: Zmínila jste špatný spánek a podrážděnost. **(Empaticky)** Zní to dost náročně. Když se vrátíte domů po takovém dni, jak to ovlivňuje Váš čas s dětmi? **Jana: (Povzdechne si)** To je právě to nejhorší. Často na ně nemám trpělivost. Ony chtějí mou pozornost, ale já chci jen klid. Křičím kvůli maličkostem. **David: (Nechá krátkou pauzu)** Jak se cítíte, když se tohle děje? **Jana:** Hrozně. Cítím se jako špatná máma. Mám výčitky, že jim nedávám to, co bych měla. **David:** Děkuji za Vaši upřímnost. Představte si, že bychom ten stres a únavu nevyřešili. Co by to pro Vás znamenalo za půl roku? **Jana:** Asi bych se zhroutila. A hlavně nechci, aby se zhoršil můj vztah s dětmi.

MODELOVÝ ROZHOVOR: Poradce David a klientka Jana

(FÁZE 4 a 5: Shrnutí a doporučení řešení) David: Pokud Vám dobře rozumím, Vaší prioritou je lépe zvládat stres v práci a mít více energie a trpělivosti na rodinu, protože se nechcete cítit provinile. Je to tak? **Jana:** Ano, přesně tak. **David:** Na základě toho, co jste mi řekla, je pro Vás ideální náš program VITALITA. Je navržen přesně pro lidi pod tlakem. **Jana:** A co v něm je? Já už nějaký hořčík z lékárny zkoušela a moc mi nepomohl. **(Zvládání námitek – konkurence/skepticismus) David: (Uznat)** To je dobře, že hořčík zkoušíte. **(Prozkoumat)** Pozorovala jste s ním zlepšení spánku nebo snížení napětí? **Jana:** Ani ne. **David: (Reagovat)** Právě proto je klíčová synergie. Program VITALITA kombinuje Alveo, které zajistí, že Vaše tělo vše maximálně vstřebá. Dále MASTERvit s B-complexem, který je nutný pro energii a nervovou soustavu. A hlavně ONYX PLUS Flexi, který má unikátní 'trio hořčíků'. Tato kombinace Vám pomůže zklidnit psychiku, zlepšit spánek a uvolnit to napětí za krkem mnohem efektivněji než samotný hořčík. **(Zvládání námitek – Cena) Jana:** Zní to dobře, ale asi to bude dost drahé, že? **David: (Uznat)** Program VITALITA stojí 4680 Kč na cca 1,5 až 2 měsíce. Je to investice. **(Reagovat)** Když se ale vrátíme k tomu, co jsme řešili – Váš spánek a hlavně Váš klid a čas s dětmi. Jakou hodnotu má pro Vás to, abyste se přestala cítit jako "špatná máma"? **Jana:** To se nedá vyčíslit... Máte pravdu.

(FÁZE 6: Uzavření) David: Dává Vám tento plán smysl? Jste připravena začít pracovat na své vitalitě? **Jana:** Ano, jdu do toho. **David:** Výborně. K balíčku dostanete i e-book průvodce. A určitě Vám zavolám za 14 dní, abychom probrali, jak se cítíte.

Akuna®

Poznámky:

[illegible]

Kontakt na Sponzora:

Kontakt na Garanta: