



Vydělávání peněz **prodejem těch správných věcí**

Italský překlad

Johana Mahrlova



Autorská práva Trizia 2022



Všechna práva vyhrazena

Italský překlad

JOHANA MAHRLOVA

Úvodní slovo



V prvních dvou e-knihách, **Jak být bohatý prodejem e-knih přes Amazon** a **Ukázky prodeje přes Ebay**, jsem vám ukázala dvě spolehlivé metody, jak optimalizovat svůj prodej v jednom nebo druhém internetovém obchodě tím, že navrhnete buď informace o produktu, nebo přímo fyzické produkty.

Dovolte mi připomenout, že podle mých osobních zkušeností je Amazon vynikající příležitostí k prodeji elektronických knih a informací o produktech. Pokud chcete prodávat kvalitní produkty, zavrhl bych ho, protože Amazon přece jen neztratil svou starou povahu velkého bazaru otevřeného všem a kde neexistují žádné skutečné parametry kvality. Na druhou stranu je Ebay dobrou platformou pro prodej fyzických produktů, a to i těch kvalitních, a kde (skutečný) systém zpětné vazby umožňuje vynikajícím

prodejčům prosadit se a vybudovat si dobrou pověst, nebo špatným prodejčům se časem oběsit.

V tomto okamžiku téměř automaticky vyvstává otázka: **Ano, prodej. Ale čeho?** Které produkty se v době internetu skutečně prodávají a stále dobře vydělávají?

Internet je vlastně oboustranná zbraň: na jedné straně je to oceán nabídek a možností, skutečný jackpot pro kupující. Na druhou stranu jeho povaha oceánu poněkud " utápí " všechny prodejce, kteří se jen stěží a s obrovským úsilím dokáží " vynořit ". Tolik malých kapek, které tvoří skutečnou vodní stěnu mezi nimi a možnými kupci. Prodej je dnes více než včera skutečným uměním, které vyžaduje zručnost, zkušenosti, dobré produkty... ale také především znalost nových prodejních strategií, a to těch internetových, které jsou schopny vynést prodejce *ke hvězdám* a bohatým výdělkům nebo ho také *uvrhnout do ústraní* a zabránit mu v dobrém zviditelnění.

Přináším vám tedy malou pomůcku v podobě této e-knihy, která vám jednoduše a doufám, že i bez nudy, ukáže kategorie výrobků, které každoročně zaznamenávají vynikající prodeje, které nikdy nevyjdou z módy nebo které vám stále umožní udržovat přijatelnou a dostatečně ziskovou evidenci tržeb. **Je samozřejmé, že ať už prodáváte online nebo máte kamenný obchod, prioritou zůstává otevření dobrých webových stránek, na kterých můžete své produkty propagovat!**

Pro každou kategorii, kterých je celkem osmnáct, seřazených podle prodeje od 18. místa po první, vám poskytnu vhodné popisky, výjimečná hesla a spolehlivé strategie, jak optimalizovat své prodeje a mistrně proplouvat internetovým oceánem.

Některé z těchto kategorií jsou sezónní, tj. v určitých obdobích roku zaznamenávají prodejní maxima, která přehledně uvedu. Tak je tomu například u dětských hraček, které se prodávají obzvláště dobře před Vánocemi, nebo u jarního boomu prodeje produktů pro pěstování zeleniny. Všechny uvedené kategorie však nikdy neklesnou pod minimální úroveň prodeje, která je pro prodejce

považována za ziskovou: u některých tedy budete mít kladné, ale nikdy ne záporné hodnoty. Jste připraveni? Tak jdeme na to!

P.S: Záměrně jsem knihu rozdělila na tři části, aby si zájemci o prodej pouze jedné nebo několika málo kategorií mohli zakoupit pouze vyhrazenou publikaci. Kategorie produktů jsou rozděleny od nejméně prodávaných po nejprodávanější, a to do skupin po 6. Již na obálkách e-knih najdete seznam kategorií, kterým se budeme postupně věnovat.

V první brožuře tedy najdete nejprodávanější produkty od **osmnáctého do třináctého místa.**

Ve druhé brožuře najdete nejprodávanější produkty od **dvanáctého do šestého místa.**

V poslední brožuře najdete nejprodávanější produkty od **pátého do prvního místa.**

Později bude k dispozici také **kompletní svazek**, který bude shromažďovat všechny kategorie od prvního do osmnáctého místa.

Doufám, že jsem se vyjádřila srozumitelně a že jsem vytvořila něco zajímavého pro ty, které třeba nezajímají všechny kategorie, ale pouze vybrané nejprodávanější.

Kupte si všechny tyto elektronické knihy: ujišťuji vás, že vycházejí ze skutečných, vyzkoušených a ověřených zkušeností, které se mohou jen málo lišit. Je tedy možné, že se knihy a noviny jednoho dne ocitnou na 15. místě v prodeji a oblečení na třetím, ale opakují, že rozdíly jsou opravdu zanedbatelné.

Takže... šťastný prodej všem!

18. místo – Knihy a noviny



Není divu, že knihy a časopisy jsou na posledním místě v kategorii nejprodávanějších produktů. Aby bylo jasno, z tisíců možných prodejních kategorií je 18. místo stále královské. Knihy a noviny (nebo časopisy, komiksy atd.) se budou prodávat vždy, více či méně, ale nikdy nevyjdou z módy. Navzdory rozbujelé nekulturnosti.

Nicméně lidé čtou méně než dříve. A konkurence elektronických knih prodeji nijak neprospívá. Ebooky a informační produkty jsou skvělá věc a já osobně jejich prodej vřele doporučuji. Dramaticky však snižují výrobní náklady (které se rovnají nule), lze je

duplikovat, a jsou tedy předmětem pirátství, a protože je jich v nabídce velmi mnoho, nemusí být v některých odvětvích dostatečně absorbovány.

Existují však extrémně výnosné tržní výklenky, které jsem vám již představila v ebooku **Jak být bohatý prodejem e-knih přes Amazon** a které vám za chvíli ještě podrobněji přiblížím v ebooku věnovaném této problematice, ale velikost nabídky značně snižuje ziskovou marži.

V případě papírových knih, které jsou zjevně na vzestupu, je tomu jinak. Zde jsou však vzhledem k nadměrným výrobním nákladům, které uvádí i Amazon (který v praxi tiskne knihy i pro národní a mezinárodní nakladatele), a k **placeným službám** knihoven (které nabízejí čtení knih online za několik eurocentů) a **předplaceným službám** (které nabízejí možnost číst miliony knih za paušální měsíční platbu), výdělky pro prodejce velmi minimální. Možnost zbohatnout na elektronických knihách však zůstává, protože je sice pravda, že jich je hodně, ale jejich výrobní náklady jsou malé a zde se spouští zisk z množství.

Na prodejci pak bude, aby veřejnosti nabídl také dostatečnou kvalitu, a nejen brakové knihy, které po sobě nezanechají žádnou stopu.

Navzdory digitalizaci knih ve veřejném vlastnictví a monopolu Amazonu na jejich tisk stále existují zajímavé mezery, jako je trh s **knihami z druhé ruky**, který je na vzestupu, a ještě více trh se **vzácnými a cennými knihami**, kde se najde vděčné publikum ochotné zaplatit za sběratelskou knihu velké peníze.

Takže moje rada zní: pokud chcete vydělat slušné peníze prodejem knih, zvolte ebooky a informační produkty, pokud chcete vydělat peníze v krátkodobém horizontu s množstvím. A vzácné, sběratelské **tištěné** knihy nebo dokonce dobré použité brožované knihy, pokud chcete nabízet kvalitu a dlouhodobě vydělávat dobré peníze.

Je to proto, že publikum je odlišné:

Znalci potřebují poctivé, a především důvěryhodné prodejce, aby měli jistotu, že si nepořídí nějaký brak. Důvěra však vyžaduje čas a

prodejce potřebuje čas, aby si vybudoval dobrou pověst.

Jakmile si však získáte důvěru kupujícího, vězte, že jeho loajalita je stoprocentní.

Vaši zákazníci vás už nikdy neopustí, a pokud budou s vašimi produkty spokojeni, dají o sobě vědět a vy tak získáte veřejnost. Stručně řečeno, kvalita a serióznost vám umožní vydělat peníze... ale až časem.

Naopak nabízení kvanta nekvalitních elektronických knih za velmi konkurenceschopnou cenu (a to je vzhledem k téměř nulovým výrobním nákladům vždy možné) vám zpočátku vydělá velmi, velmi dobře, ale pokud nebudete schopni sledovat trendy a módu, budete časem zaznamenávat stále nižší a nižší výdělky.

Říkáte si, co bestsellery? A co kvalitní elektronické knihy od známých spisovatelů?

Prozradím vám tajemství: **bestsellery se prodávají hlavně v tištěné podobě**, protože i zde spisovatel potřebuje k tomu, aby se stal bestsellerem, věrnost svého publika. A fanoušek se chce knihy svého nejoblíbenějšího spisovatele dotýkat, přivonět si k ní, zkrátka ji mít jako fetiš. Zvláště pokud je třeba s autogramem. Važte si toho!

Nyní přejděte k horké fázi prodeje. Zde vám nastíním několik základních kroků, které musíte udělat, pokud chcete vydělávat velké peníze. Zdá se, že jsou to banality, ale ujišťuji vás, že jsou základem prodejního procesu, kterému prodejce často nevěnuje dostatečnou pozornost. U každé kategorie si tedy položíme následující otázky:

- a) Proč veřejnost takový výrobek kupuje? Co je jeho hnací silou?
- b) Jaké jsou případné kategorie nebo podkategorie tohoto produktu, které lze využít k jeho doplnění?
- c) Jak mohu přilákat zákazníka, aby nakupoval u mě, a ne u jiných?
- d) Jak mohu přilákat zákazníka do svého obchodu v oceánu internetu? Jak mě lze najít? Jaká klíčová slova mám použít?

e) Jak mohu zákazníka potěšit a/nebo odměnit, aby si u mě jednou koupil a chtěl to udělat znovu?

Jakmile zodpovíte naše otázky, zjistíte, že cesta k zisku vede rozhodně z kopce. Zní to hloupě, ale někdy si stačí položit tu správnou otázku, abyste vyřešili problémy, a to i ty ožehavé.

Položme si ty správné otázky.

Proč si veřejnost takový produkt vůbec kupuje? Co je motivací, která je k tomu vede?

Výběr knihy, nebo dokonce jen elektronické knihy, často nevychází z racionálních, ale emocionálních pohnutek. Uživatel si nekupuje kilo brambor, aby uspokojil svou chuť k jídlu, což je primární potřeba, ale aby uspokojil svou mysl, a tím si dopřál intelektuální a/nebo emocionální potěšení. V praxi:

Chtějí žasnout, snít a učit se novým věcem.

Chtějí získat konkrétní znalosti.

*Chtějí trávit čas v klidu, daleko od televize, počítače nebo rádia.
Odpojit se.*

Chtějí sbírat knihy nebo časopisy o věcech, které je zajímají.

Chtějí mít iluzi, že dělají něco užitečného, ačkoli ve skutečnosti jen zabíjejí čas.

Je tedy celkem samozřejmé, že kategorie knih, které se prodávají nejčastěji, souvisejí s těmito aspekty. Není překvapivé, že na předních místech výběru uživatelů jsou **beletrie, romány, ale i obrázkové knihy** nebo knihy s velkým množstvím ilustrací, jako jsou například **cestopisy**.

Beletrie se zase dělí na různé podkategorie, jako jsou **thrillery**, kterým se daří skvěle, **fantasy**, která je na vzestupu, **detektivky**, které se vcelku dobře udržují, a **romantická literatura**, která je rozhodně na vzestupu, a to nejen mezi ženami.

Do povědomí veřejnosti se dostává také podkategorie: **horor**, ale především pak **porno (nebo erotika**, to je jedno) a velmi často směs těchto dvou žánrů. **Hororové porno** je v módě, a protože internet umožňuje používat přezdívky a zachovávat anonymitu, je to podkategorie, kterou mají rády i ženy.

Ještě oblíbenější kategorií je však **obchodní nebo osobní úspěch**, který přitahuje stále více lidí. Existují miliony uživatelů, kteří hledají svou **osobní bibli, aby vydělali peníze**, a drží se módních trendů, jako je **trading nebo affiliate, licencované informační obchody pro další prodej**, jednoduše skutečný trh zítřka.

Vydělávání peněz zůstává výsadou každého člověka a dnes více než kdy jindy lidé hledají něco, co jim umožní vydělat peníze okamžitě a bez většího úsilí. Vezměte to v úvahu.

Na ústupu jsou **kuchařky** a knihy o **zahradničení a zahrádkářství**, které nahradily videonávody na youtube. **Magie, esoterika a astrologie** jsou na sestupné dráze: duchovno zřejmě přitahuje mnohem méně než vydělávání peněz.

Kategorií, a ještě více podkategorií je mnoho a mnohé z nich jsou specializované. Je na vás, abyste si našli tu, která nejlépe odpovídá vašim potřebám a dovednostem, a specializovali se.

Jaké jsou případné kategorie nebo podkategorie tohoto produktu, které lze použít jako doplněk?

V podstatě jsme na tuto otázku již odpověděli, ale mohu dodat, že při prezentaci elektronické knihy nebo knihy vždy uvedete něco, co může produkt doplnit nebo rozvinout. Pokud například prodáváte elektronickou knihu o zahradničení, můžete přidat seznam příruček pro kutily, které prodáváte: nebo pokud inzerujete elektronickou knihu pohádek pro děti, doplňte ji nabídkou podobných produktů, například omalovánek. A co náradí potřebné pro zahradničení?

You've Just Finished your Free Sample

Enjoyed the preview?

Buy: <http://www.ebooks2go.com>