



Celou noc jsem nespal a vážil každé slovo. Bude to fungovat? To ráno, kdy jsem pak odeslal svůj první miliónový email, nelze zapomenout. Bylo 8:05. Odeslat. Na necelých 8 tisíc lidí v mé tehdejší databázi odešel nejdůležitější email v mém životě.

Prodával jsem můj online kurz a prodejní video trvalo 28 minut. Byla to nekonečná půlhodina. A pak se objevila první objednávka. Po pár minutách další. První hodina skončila výnosem 546.250 Kč. Na konci dne bylo 332 objednávek za 1,9 miliónu korun. Můj první Miliónový email.

U mě to byl den, kdy začala skutečná online (r)evoluce. Nyní je čas, aby přišel i „váš den“.

Prohry a utrpení mě nakonec vždy dovedly ke štěstí

Vzpomenete si na dny, kdy jste zažívali v životě největší utrpení? Na ztráty, prohry, pády a zklamání? Tyto okamžiky, které nazýváme neštěstí a které přinášejí utrpení, v našem životě nechceme. Bráníme se jim. Byť právě tyto často přinášejí skutečný **zdroj živin pro náš růst**, pro naši (r)evoluci. Jako lotos, posvátná květina, potřebuje k růstu bahno. My lidé potřebujeme k růstu utrpení a chyby.

Co má utrpení společného s podnikáním a prodejem na internetu? U mě mělo hodně.

Skrz utrpení a chyby jsem se dostal k tomu, co dělám. Skrz utrpení jsem vyrostl jako podnikatel, jako lídr firmy, jako otec i jako manžel.

V roce 2010 pro mě bylo utrpení rozesílat emaily hromadně pro náš eshop. A tak jsem hledal cestu ven a výsledkem byl **vznik SmartEmailingu**. To bylo štěstí.

V roce 2011 pro mě bylo utrpení rozvíjet firmu, organizovat lidi, prodávat klientům, komunikovat s kontakty, dělat online marketing, vydělávat peníze. Bylo toho strašně moc a já nevěděl, co dřív. A tak jsem hledal cestu ven a výsledkem byl můj **odjezd do USA** na seminář Brendona Burcharda. To bylo štěstí.

V roce 2012 pro mě bylo utrpení jít veřejně mezi lidi, snášet kritiku, stát před kamerou a natáčet videa. Výsledkem byla **větší jistota**, sebevědomí a jasnost v tom, co dělám, a zkušenost k nezaplacení. To bylo štěstí.

V roce 2013 po třech vlnách velkých a úspěšných kampaní pro mě bylo utrpení představit si, že bych v tomto tempu pokračoval dále. Výsledkem byl u mě **větší odpočinek**, častější pobyt v přírodě a zaměření se více na stabilizaci týmu a firemních procesů. To bylo štěstí.

V roce 2014 jsem zažíval nová utrpení při testování nových technologických postupů prodeje a marketingu, psychologie prodeje, vylepšování našich aplikací, studiu nových a nových možností, jak zlepšit online komunikaci. Výsledkem je **větší jasnost** než kdy jindy a **systém prodeje**, který spojuje know-how a aplikace do celku, který je v současné podobě v Čechách a na Slovensku nepřekonan. To bylo štěstí.

Rok 2015 teprve ukáže... :)

Problémem teď projděte a jděte dál

Nejspíš byste si doplnili za roky výše vlastní slova a věty. Svá vlastní utrpení a následná poučení vedoucí ke štěstí. Funguje vůbec život jinak? NE. Údolí střídá krásný výhled, **prohry střídají vítězství**, z utrpení se stává štěstí. To je život, to je podnikatelská hra. Proto ji tak milujeme. Pro to dobrodružství, pro tu výzvu, pro to, že z nás dostane vždy to **nejlepší**.

Každý jsme na své cestě (r)evoluce. Postupujeme vpřed, rosteme. Někdy je třeba kousek zacouvat, než opět vyrazíme.

Je jedno, jak moc teď strádáte, nebo vítězíte. Jak moc vám teď věci jdou, nebo nejdou. Důležité je jen to, zda chcete jít tou cestou dál.

Každý problém na cestě má své řešení. Řešit problém ale znamená problémem projít skrz, ne se v něm patlat, řešit ho, pobývat v něm.

Tento dopis vás teď provede jedním z problémů, projdete skrz otázku:

JAK SI DÍKY ONLINE A EMAIL MARKETINGU ZJEDNODUŠIT ŽIVOT A MÍT ZISKY 24 HODIN DENNĚ.

Nic víc, nic míň. Toto je můj ultimátní cíl pro to, co je nyní před vámi. Zvu vás, abyste se účastnili online (r)evoluce, abyste pochopili, jak věci na internetu fungují, a pak je s dohledem začali dělat. Abyste nastavili **váš nový, chytrý prodejní automat**. Chytrý postup a systém, robota, který za vás odvede hrubou práci a významně vám pomůže na cestě zákazníka, která už věky vede přes:

1: Dát o sobě vědět, 2: Vybudovat důvěru, 3: Prodat, 4: Dostat doporučení.

Ještě nikdy nebyla lepší doba

Zní to jako fráze, protože to fráze je. Ta nejpravdivější vůbec. Nic se nemůže stát jindy než teď.

Bylo někdy dříve tolik lidí online? NE. Měli jsme dříve tak rychlé a chytré počítače? NE. Měli jsme takové možnosti automatizovaného marketingu a komunikace? NE. Věděli jsme někdy dříve více o psychologii a nákupním chování lidí? NE. Bylo know-how a technologie dříve levnější a dostupnější? NE.

Česko i Slovensko jsou internetově velmi rozvinuté země. Věci k nám přicházejí rychle. Jsme v internetovém prodeji jen tak 3–4 roky za USA, odhaduji. Vytvořte si základ dnes. Evoluce samozřejmě bude pokračovat, ale **semínko, které zasadíte dnes, za 2 roky vyroste a bude vám plodit plody**. Na co čekat.

Chytrý prodejní systém, který nyní máte na dosah, je váš skvělý zahradník a je čas ho přivést do práce na vaší zahradě.

Nedůvěřujte, prověřujte děláním

Za pět let jsem se potkal s mnoha skeptiky. Pro můj obor to není. To v naší firmě nefunguje. My takoví nejsme. To my neumíme. Tomu nevěříme. Tak skvělé to nebude. To nezvládnou.

Věřím ve spojení tří věcí: SPIRIT – MYŠLENÍ – DĚLÁNÍ.

Za vším naším konáním je podle mě něco vyššího, tomu říkám spirit. Ten nám umožňuje myslet a naše **myšlení pak vede k dělání**, nebo nedělání. A to se rovná výsledky v životě a naše realita. A to je vše. Jiná cesta není.

Statistika nuda je, ale má faktické údaje. Tento dopis dostalo několik tisíc podnikatelů a firem, kteří jsou teď v naší firemní databázi kontaktů. 5 % z vás, tedy jen několik stovek z tisíců z vás, se rozhodne a **vydá se na cestu online (r)evoluce**. Bude následovat můj postup, prodávat online novým způsobem, automaticky a chytře, komunikovat jinak! Zjednoduší si život.

Pět lidí ze sta. **95 %, devadesát pět lidí ze sta ne**. To říkají čísla. Ivo Toman na přednáškách rád říká: „V této místnosti uspěje jen 20 % z vás. Zbytek může jít už teď domů.“

Věřím na slova Mika Koenigse, který jednou řekl: „Každý, komu neprodám, je pro mě člověk, kterému jsem nepomohl, a považuji to za svou osobní prohru.“ Máte to nějak podobně? Já vlastně ano.

Jak se cítíte, když vám klient řekne ne? Vy víte, že to, co pro něj máte, je přesně to, co potřebuje, že mu to pomůže, že bude spokojen. **A přesto slyšíte NE**.

Každý z nás tím trpí, **milujeme naši práci**, dáme do ní vše, a pak slyšíme ne. Ale i to je život, i skrz toto utrpení se učíme dělat věci lépe.

Nechť jste mezi těmi 5 ze 100 právě vy, mezi těmi, kterým to na internetu jde. Nechť se něco spojí a vy řeknete: „ANO, to je moje příležitost, cesta, kterou teď chci jít, o které chci přemýšlet, dělat ji a být součástí (r)evoluce.“

V tom případě mi bude ctí vás provázet. Nejsem chytřejší ani schopnější než vy. Jen tuhle cestu na internetu znám velmi dobře a šel jsem ji mnohokrát. A tak vám můžu ukázat cestu. Pak už půjdete sami.

Historie online (r)evoluci prověřila

Nedávno jsem napsal, že když jsem v roce 2009 poprvé začal mluvit o (r)evoluci v email marketingu, mnoho lidí tomu **nerozumělo**. Krok za krokem jsem zasvětil propagaci té malé věci, kterou každý denně používáme a která má tak **ohromný vliv** na náš úspěch na internetu. **Email**. Dnes už o přínosu email marketingu pochybuje jen málo lidí.

V roce 2012 jsem přišel s novým termínem, **info marketing**. A na osobním příkladu jsem ukázal, že budoucnost na internetu je ve sdílení hodnotného obsahu a že budoucnost mají prodejci, kteří začnou své zákazníky vzdělávat. **Prodávání učení**. Není silnější magnet na návštěvnost než informace. A není mocnější kouzlo tvořící vztah a důvěru než poskytovat informace a vzdělávat.

Co je klíčem k SEO? Publikovat kvalitní obsah. Kam má smysl posílat lidi z PPC? Na hodnotný obsah. Co lidé hledají online? Obsah a informace. Co je internet? Informace.

Kdo zatím nezapojil do internetového marketingu obsahový marketing, má těžké období. Google, Facebook a další velcí hráči si do budoucna takových lidí, prodejců a webů ani nevšimnou. **Kvalitní obsah je odpověď úspěchu na internetu.**

A kvalitní obsah je potřeba doručit správným kanálem, správným lidem a ve správný čas.

A proto dnes, v roce 2015, po dalších třech letech, mám pro vás novou zprávu. Rád bych ukázal na oblast, která v dalších letech bude hrát pro podnikání a online marketing klíčovou roli. Oblast, která spojuje právě email a info marketing a posouvá je na vyšší úroveň.

Apple spustil revoluci pro segment osobních počítačů. Nyní se spouští **(r)evoluce v marketingové komunikaci** malých a středních firem.

Mějte jasno, kam směřujete pozornost

Chápu, že v roce 2009 mnoho lidí Davida Kirše neposlouchalo, nikdo ho neznal, ale ti, kteří mě tehdy vyslyšeli a aplikovali postupy, jsou dnes tzv. za vodou, resp. **jedou na vlně**, jsou mezi špičkami svého oboru a jejich autorita a kredibilita roste, ať prodávají vesměs cokoliv.

(... zastavil jsem se teď při psaní a napočítal jsem přes 23 známých, kteří před 3 lety mými známými nebyli, neměli ani databázi, na internetu mnozí pořádně ani neprodávali, měli jen svůj obor, svůj produkt. A dnes? Jsou z nich milionáři a jejich byznys roste o stovky procent. Prý těžká doba.)

Kam tedy ukazuje ručička (r)evoluce? Na spojení.

Na spojení technologie a lidskosti. Pokud chcete lidem dál poskytovat vaše produkty a služby, to, co milujete a děláte s nadšením, potřebujete to dělat s láskou a také chytře. Jinak se uděte.

Připomenu mé oblíbené: Je nemorální vydělávat hodně peněz lehce a jednoduše? Není!

A tak přestaňte žít v pomyslné **internetové jeskyni**. Přestaňte web využívat jako lepší tištěný katalog. Přestaňte na něj dávat, co vás napadne. Myslete strategicky. Převeďte vaši lidskost, poctivost a vášně do strategické multikanálové komunikace na internetu. Postupte o další krok v online (r)evoluci. A tím je automat:

Robot, chytrý prodejní systém, který teď čeká na to, až ho zapojíte do zásuvky. Který čeká na to, až mu dáte obsah pro správné lidi, informace na ty správné stránky, který čeká na to, až mu napíšete ty správné emaily, který čeká na to, až mu řeknete, co má kdy a pro koho dělat.

Tento marketingový robot definoval nový obor marketingu. **Spojil web, email a obsah v jeden celek**. Přidal další kanály komunikace jako sociální sítě, SMS nebo tradiční poštu. A tomu všemu dal nové jméno:

Vítejte do doby, která se nazývá **AUTO MARKETING**.

Multikanálový auto marketing je strategie, kdy ke komunikaci chytře využíváte inteligenci současných technologií a komunikačních kanálů a naplňujete ji svým vlastním obsahem.

Mozek se spojuje se srdcem. Technologie umožňují dodávat **VÁS na zlatém talíři** před oči potenciálních klientů 24 hodin denně 7 dní v týdnu. Další krok online (r)evoluce.

Čekáte na další vlnu, nebo nastupujete teď?

Auto marketing, info marketing a email marketing budou stavební pilíře úspěšných online prodejních strategií na internetu v dalších letech.

Kdo je spojí dohromady, zvítězí.

Kdo je pochopí, zvítězí.

Kdo je nasadí, zvítězí.

Poslední rok jsem nedělal nic jiného, než tyto tři věci spojoval. Procházel jsem vlastní online (r)evolucí. A teď jsem se rozhodl své 6leté zkušenosti s email marketingem, 3leté zkušenosti s info marketingem a roční zkušenosti s auto marketingem posunout dál. Vám.

Výsledkem je nová generace vzdělávacího programu EmailAcademy 2.0, který je poháněn Smart Selling Systémem. Chytrým prodejním systémem. Know-how EmailAcademy se spojilo s novou generací aplikací a softwaru a vytvořilo unikátní platformu pro firmy a podnikatele.

Otázka je: Čekáte na další vlnu, nebo nastupujete teď?

Můžete tento dopis samozřejmě odložit a zítra ráno se probudit a vše bude při starém. Nebo se můžete přidat k podnikatelům **nové generace**, kteří věří na online (r)evoluci. Kteří věří, že naší povinností je zjednodušovat si život, že technologie jsou zde proto, aby nám sloužily, ne aby z nás vysávaly život.

Odvaha nakonec vždy vítězí

Ano, není to bez práce, chce to odvahu, rozhodnutí a závazek. Rozhodněte se, že do toho jdete. Chce to **spirit – myšlení – děláni**. Ale bude to to nejlepší rozhodnutí, které letos uděláte.

Nejen proto, že nemůžete šlápnout vedle, protože jsem dal letos garanci, že pokud do jednoho roku nevyděláte **dvojnásobek investice** do tohoto programu a prodejního Smart Selling Systému, vrátím peníze.

Oplátkou za to chci plné nasazení účastníků. Ne zkusit to a možná to vyjde. **Udělat to!** A dotáhnout to do konce! Po třech letech, kdy EmailAcademy provozuji už chci pracovat jen s lidmi, kteří skutečně chtějí změnu. A k tomu jsem vytvořil podmínky a podporu členů programu, která zatím u nás nemá obdoby. Program **není pro všechny**, ale to neznamená, že není pro vás! Není ani **levný**, to ale neznamená, že na něj nemáte!

Před lety jsem byl sám, dnes se o členy programu můžu postarat se skvělým novým týmem koučů, který je připraven **jít s vámi a pomáhat vám** nejen po celou dobu 60denní výzvy, kdy nastavíte a naučíte se ovládat svého robota, ale může s vámi jít i dál a být vám oporou na cestě.

Tenkrát jsem tu otázku dostal také: „Čekáš na další vlnu, nebo nastupuješ teď?“ Něco se tehdy stalo a já věděl, že jsem mezi vyvolenými, že zatím nevím jak, ale **prostě to dám**. Že udělám další krok. Že z utrpení vejdu do štěstí. Že Fénix opět povstane z popela.

Přeji si, abyste teď měli stejnou odvahu jako tenkrát já.

Děkuji za čtení až sem.

Nyní, pokud chcete být dál součástí online (r)evoluce, pokračujte na: www.onlinerevoluce.cz, kde jsou pro vás další informace a postup, co dělat dál.

Bylo mi ctí vám napsat.

Zjednodušte si život (nejen) díky internetu.

David Kirš
david@emailacademy.cz



PS:

Poslední věta. My lidé se podceňujeme. Jdeme pod vlastní cenu. Vzdáváme to příliš brzy. Přitom my všichni už jsme to dávno dali. Byl nám dán život. Mezi milióny a milióny jinými jsme náš závod už dávno vyhráli. Žijeme. A to je zázrak. www.onlinerevoluce.cz

