

websie

7

**FATÁLNÍCH CHYB
NA FIREMNÍM WEBU**

CO ODHÁNĚJÍ VAŠE ZÁKAZNÍKY

JSTE TO VY?

Nechte mě hádat...

Už pár let podnikáte a na webu nabízíte své služby a produkty **na poptávku**.

Ze začátku svého podnikání jste ještě **neinvestovali** velké sumy do propracovaného webu, který by skvěle reprezentoval vaši značku, ale spíše jste ho brali jen jako něco, co je prostě dobré mít.

Web jste si udělali v nějakém editoru sami, nebo vám s ním pomohl **známý**, popřípadě nějaký **živnostník**, či **student**.

Avšak po pár letech jste začali přicházet na to, že váš web vám **nepřináší tolik kontaktů**, kolik byste si přáli a navíc vás už ani neprezentuje tak **moderně a profesionálně** jako dřív.

A právě proto čtete tohle PDF, ve kterém vám řeknu o **7 fatálních chybách**, které má na svém webu **90% firem** a vy pravděpodobně také.

Ale nebojte se, také vás naučím, jak vše můžete opravit **sami**, nebo se svým **programátorem**.

Tak pojďme na to!

OD KOHO SE UČÍTE?

Abych se představil, jmenuji se **Tomáš Vítek** a ve **Websie** tvoříme s kolegy **moderní firemní weby**. Za svou kariéru webdesignera jsem předělal přes **70+ firemních webů** pro nejrůznější obory.



Více než **90% webů našich klientů** (předtím, než s námi začnou spolupracovat), obsahuje stále ty stejné a opakující se **fatální chyby**, které ničí **důvěru** jejich firmy a **odhání jejich potenciální zákazníky**.

A právě proto jsem napsal i toto **PDF**, ve které jsem shrnul všech **7 nejfatálnějších chyb**, kvůli kterým nejvíce trpí prezentační weby a kvůli kterým vaše firma nepůsobí **důvěryhodně** a zbytečně přichází o **spoustu potenciálních klientů**.

Po přečtení tohoto **PDF** budete schopni vyladit svůj web tak, že budete působit jako **důvěryhodná a profesionální** firma a díky tomu budete **získávat i více klientů a poptávek**.

Věnujte pár minut čtení této příručky a natřete to **90% své konkurence!**



CHYBA Č. 1:

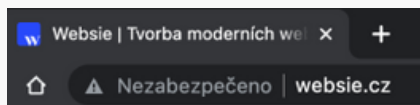
VÁŠ WEB NENÍ ZABEZPEČENÝ

Tohle je jedna z nejběžnějších a zároveň **nejhloupějších chyb**, které na webech často vídám.

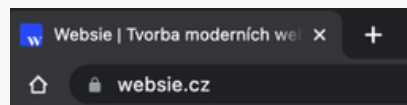
I kdybyste měli web za **statisíce**, tahle chybička, která se dá vyřešit během pár minut by způsobila, že budete působit naprosto **nedůvěryhodně** a navíc tak riskujete **únik dat** vašich potenciálních klientů.

Zabezpečit svůj web SSL certifikátem je **naprostá nutnost**. Pokud nevíte o co jde, zkrátka před vaší doménou musí být **https** a ne jen **http**. Také to můžete poznat i podle ikony, kde ve správném případě uvidíte **zámek** a v tom horším **vykřičník** s textem "Nezabezpečeno".

Zabezpečeno:



Nezabezpečeno:



ŘEŠENÍ:

SSL certifikát se generuje zpravidla u **správce domény** a ještě se musí nastavit na samotném webu a to buď úpravou v souboru **.htaccess**, nebo **příslušným pluginem**.

Pokud budete mít potíže, zkuste kontaktovat podporu svého **webhostingu**, nebo svého **programátora**. Popřípadě se ozvěte mě, rád vám pomůžu.



CHYBA Č. 2:

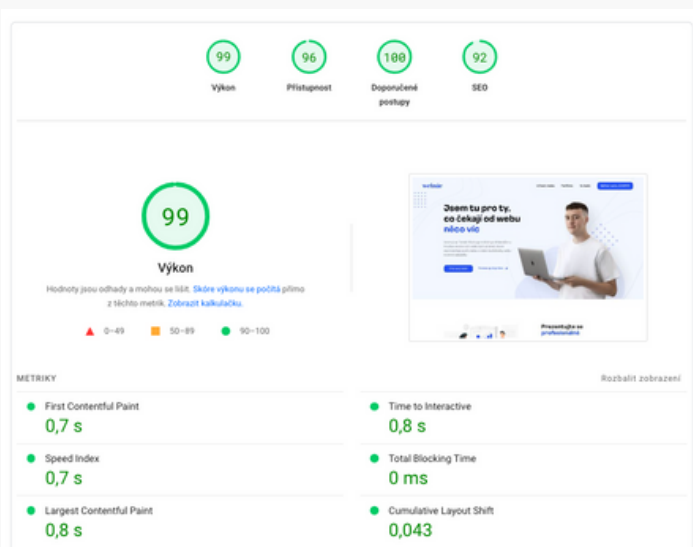
POMALÉ NAČÍTÁNÍ WEBU

Ještě předtím, než vůbec dostanete potenciálního klienta na **svůj web**, můžete ho odradit dlouhou dobou načítání svého webu.

Obecná poučka zní, že pokud se web načítá déle jak **3 vteřiny**, uživatel prostě z webu **odejde**.

Na tomhle webu můžete zjistit více o tom, zda se váš web načítá rychle: pagespeed.web.dev a popřípadě můžete použít i nástroj gtmetrix.com

Nástroj pagespeed.web.dev

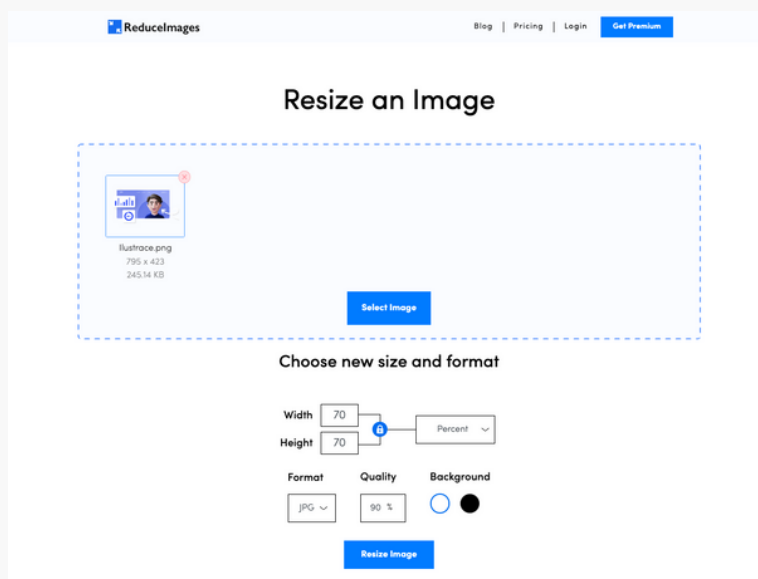


ŘEŠENÍ:

Pokud se váš web načítá dlouho, často bývá problém ve vysokém rozlišení obrázků. Své jpeg a png obrázky zmenšíte na velikost do **200 KB** a následně je zkonvertujete do formátu **.webp**, který je určen pro rychlé načítání na webových stránkách.

K tomu vám pomůže tento nástroj: convertio.co a reduceimages.com

Nástroj reduceimages.com



The screenshot shows the 'ReduceImages' website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Blog | Pricing | Login' and a 'Get Premium' button. The main heading is 'Resize an Image'. Below this, there is a dashed blue box containing a preview of an image labeled 'ilustrace.png' with dimensions '795 x 423' and a size of '245.14 KB'. A 'Select Image' button is positioned below the preview. Underneath, the section 'Choose new size and format' includes input fields for 'Width' and 'Height', both set to '70'. A 'Percent' dropdown menu is also present. Below these are options for 'Format' (set to 'JPG'), 'Quality' (set to '90 %'), and 'Background' (with two radio buttons). A 'Resize Image' button is located at the bottom of the form.

Pokud máte web na Wordpressu, doporučuji plugin [WP Rocket](#), který při správném nastavení výkon vašeho webu **optimalizuje** na více jak **95%**.



CHYBA Č. 3:

MÁTE NA WEBU MÁLO OBSAHU

Každý den navštívím desítky webů, což jsou stovky webů každý měsíc.

A s klidem na duši můžu říct, že **90% webů**, co jsem kdy viděl dělalo v **tomhle chybu**.

Jde o to, že **drtivá většina podnikatelů**, včetně mých klientů před spoluprací se mnou má jeden velmi mylný názor.

A to ten, že na svůj web **nechtějí dávat moc obsahu**.

Říkají, že chtějí na svůj web dát jen **klíčové informace** a nechtějí svého klienta nijak **zatěžovat**, protože "mnoho obsahu klienta odradí".

Takže si na web dají většinou jen informace o tom, jaké služby nabízí a kde je klient může kontaktovat.

ALE TENTO PŘÍSTUP JE NAPROSTO ŠPATNĚ!

Ano, ne každý, kdo navštíví váš web se stane vaším klientem, ale vždy tam bude určité procento, co **s vámi bude chtít rádo spolupracovat**.

A přesně tohle procento uživatelů bude zajímat **mnohem více informací**, než jen jaké služby nabízíte.

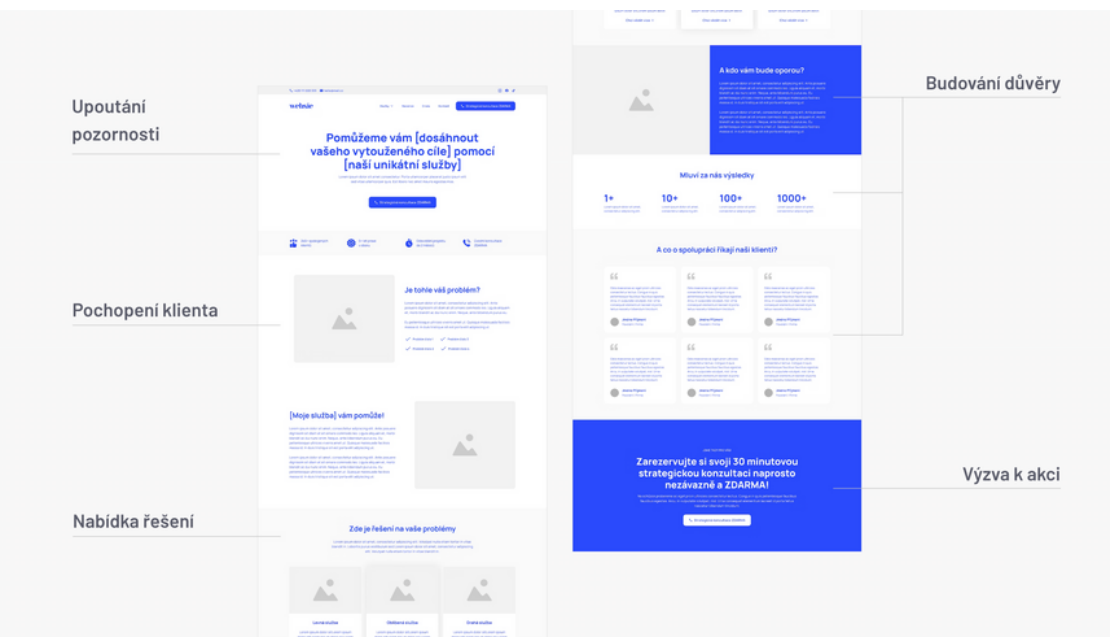
Bude je zajímat **jak spolupráce probíhá, co na spolupráci řekli ostatní klienti, pro koho jste už dělali, jaké máte garance**, atd.

Zkrátka tito velmi **motivovaní potenciální klienti** si přečtou každou informaci na vašem webu, aby věděli **o spolupráci s vámi vše**, ještě než zašlou nezávaznou poptávku. **A na ně se musíte soustředit**.

ŘEŠENÍ:

Právě těmto motivovaným potenciálním klientům musíte na svém webu **svoji službu prodat**. A to uděláte tak, že je provedete těmito **5 fázemi** a to:

1. Upoutáte jejich pozornost
2. Pochopíte jejich problém
3. Nabídnete jim své řešení
4. Vybudujete si s nimi důvěru
5. Vyzvete je k akci



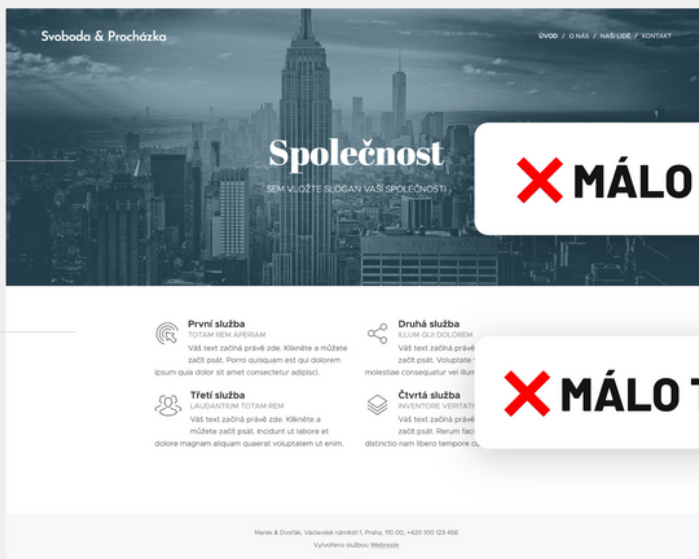
Teprve, až provedete svého klienta všemi **5 fázemi**, máte tu největší šanci na to, aby **vám odeslal poptávku**.

Řekl bych, že klidně až **90% webů**, co každý měsíc navštívím používá na svém webu tak **2, maximálně 3 z těchto fází**.

A pak jejich web vypadá nějak takto:

Upoutání
pozornosti

Služby



Většinou má jen **pár sekcí**, hlavně ať svého klienta nijak **nepřehlcuje informacemi**.

Řeknou mu, jaké služby nabízí a kde firmu může kontaktovat.

Jenomže takových firem je **dalších 1000** a ti nabízejí **úplně stejnou službu**.

Proto si musíte se svým potenciálním klientem vybudovat mnohem **silnější vztah** a to uděláte jedině tím, že ho provedete **dříve zmiňovanými fázemi**.



CHYBA Č. 4:

NEMÁTE NA WEBU DŮLEŽITÉ SEKCE

No a jaké sekce byste na svůj web měli dát, abyste mohli provést svého klienta **od seznámení až po odeslání poptávky?**

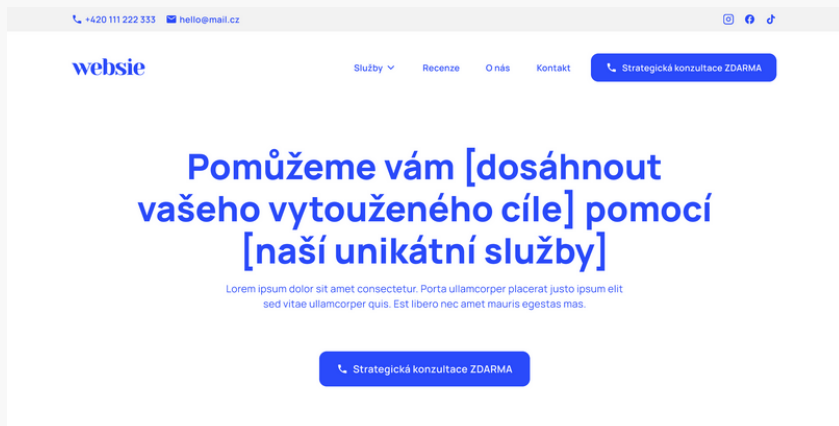
Sekce jsou vlastně takové **bloky**, ze kterých se **skládá celý web**.

Některé sekce nám pomáhají upoutat pozornost, některé zase budovat důvěru a některé prodávat.

Já vám nyní ukážu **8 nejdůležitější z nich**.

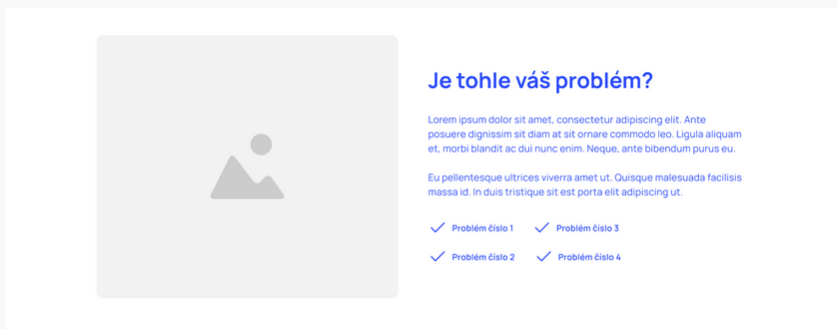
1. ÚVODNÍ BANNER

- Zde máte ten nejdůležitější úkol a to **udržet klienta na webu**. Studie dokazují, že pokud během **2 až 3 vteřin** váš web nezaujme, uživatel z webu prostě odejde.
- Takže doporučuji přidat **trefný a velký nadpis**, který uživateli řekne, jak **mu vaše služba může pomoci**. Tím si získáme pár vteřin pozornosti.
- Pod tento nadpis ještě vložíme **2 větičky**, čímž uživateli řekneme proč by měl zůstat na webu a nakonec přidáme i **tlačítko s hlavní výzvou k akci**.



2. POPIS PROBLÉMU

- Nyní už máme **klientovu pozornost**, ale ještě mu **nebudeme prodávat**. My mu nejdříve dokážeme, že jsme pro něj ta **nejlepší volba**. A to tím, že popíšeme jeho problém a **proč by ho měl začít řešit právě teď**.
- On by si pak měl říct něco jako “**ano, přesně takhle se teď cítím, tohle řeším!**”



3. NABÍDKA ŘEŠENÍ

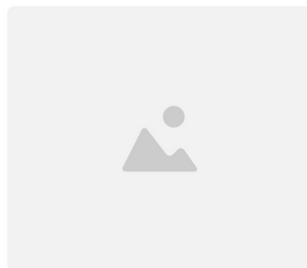
- Zde popíšeme, jak mu naše služba **pomůže vyřešit jeho problém** a vezmeme ho trochu za oponu a popíšeme mu ve zkratce naše metody, které používáme.
- On tak bude vědět, že víte, o čem mluvíte a že jste **ve svém oboru profíci**.

[Moje služba] vám pomůže!

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ante posuere dignissim sit diam at sit ornare commodo leo. Ligula aliquam et, morbi blandit ac dui nunc enim. Neque, ante bibendum purus eu. Eu pellentesque ultrices viverra amet ut. Quisque malesuada facilisis massa id. In dui tristique sit est porta elit adipiscing ut.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ante posuere dignissim sit diam at sit ornare commodo leo. Ligula aliquam et, morbi blandit ac dui nunc enim. Neque, ante bibendum purus eu. Eu pellentesque ultrices viverra amet ut. Quisque malesuada facilisis massa id. In dui tristique sit est porta elit adipiscing ut.

📄 Strategická konzultace ZDARMA



4. O NÁS

- Zde začínáme více **budovat důvěru** a svému potenciálnímu klientovi se **v rychlosti představíme**. Řekneme v rychlosti jaké máme v oboru **zkušenosti** a zda jsme byli někdy ve stejné situaci jako on.



A kdo vám bude oporou?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ante posuere dignissim sit diam at sit ornare commodo leo. Ligula aliquam et, morbi blandit ac dui nunc enim. Neque, ante bibendum purus eu. Eu pellentesque ultrices viverra amet ut. Quisque malesuada facilisis massa id. In dui tristique sit est porta elit adipiscing ut.

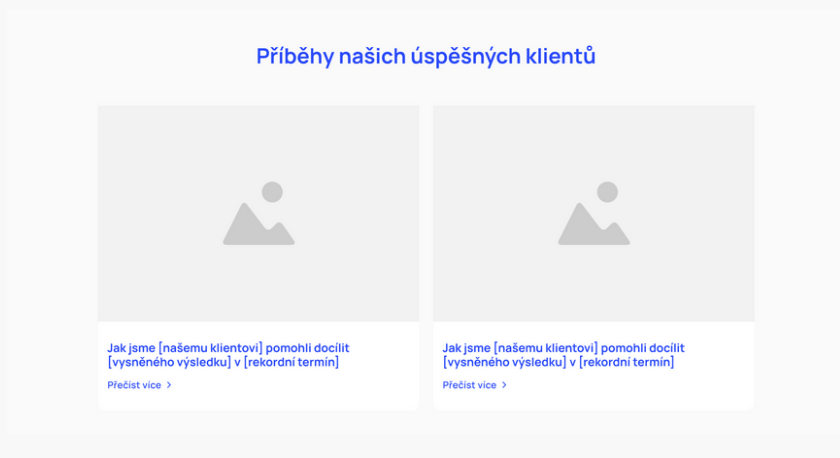
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Ante posuere dignissim sit diam at sit ornare commodo leo. Ligula aliquam et, morbi blandit ac dui nunc enim. Neque, ante bibendum purus eu. Eu pellentesque ultrices viverra amet ut. Quisque malesuada facilisis massa id. In dui tristique sit est porta elit adipiscing ut.

Mluví za nás výsledky

1+ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	10+ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	100+ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	1000+ Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
---	--	---	--

5. PŘÍPADOVÉ STUDIE

- Hned pod sekci o nás dejte ještě **fotografie svých prací**, nebo **nejlépe případové studie svých nejlepších projektů**.
- Teď už klient ví, že jste mu schopni pomoci, ale potřebuje ještě několik důkazů, aby si byl **100% jistý, že jste ta správná volba**.



6. RECENZE

- Doteď jste mluvili **jenom sami o sobě**, ale ve finále vaši klienti budou **nejvíce věřit zákazníkům**, kteří s vámi spolupracovali.
- Proto si sbírejte **recenze od svých klientů** a dávejte si je na web. Můžou být **3** a může jich být klidně **30**.
- **Čím víc, tím líp**. Sekce recenzí hrají v budování důvěry obrovskou roli.

A co o spolupráci říkají naši klienti?

“

Odio maecenas ac eget proin ultricies consectetur lectus. Congue in quis pellentesque faucibus faucibus egestas. Arcu, in vulputate volutpat, nisi. Utrna consequat elementum laoreet id porta tellus nascetur bibendum tincidunt.



Jméno Příjmení
Povolání / Firma

“

Odio maecenas ac eget proin ultricies consectetur lectus. Congue in quis pellentesque faucibus faucibus egestas. Arcu, in vulputate volutpat, nisi. Utrna consequat elementum laoreet id porta tellus nascetur bibendum tincidunt.



Jméno Příjmení
Povolání / Firma

“

Odio maecenas ac eget proin ultricies consectetur lectus. Congue in quis pellentesque faucibus faucibus egestas. Arcu, in vulputate volutpat, nisi. Utrna consequat elementum laoreet id porta tellus nascetur bibendum tincidunt.



Jméno Příjmení
Povolání / Firma

7. CENÍK

- Až teprve nyní, když nám náš potenciální klient **důvěřuje je na čas** ukázat cenu našich služeb.
- Doporučuji připravit **více balíčků**, ať si může vybrat, který je pro něj nejvýhodnější.

Balíček, který vám padne na míru

Balíček č.1

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Non dignissim interdum lacinia libero.

2.000 Kč / Měsíc

Vybrat balíček

- Benefit
- Benefit
- Benefit
- Benefit
- Benefit
- Benefit

Balíček č.2

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Non dignissim interdum lacinia libero.

5.000 Kč / Měsíc

Vybrat balíček

- Benefit
- Benefit
- Benefit
- Benefit
- Benefit
- Benefit

Balíček č.3

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Non dignissim interdum lacinia libero.

8.000 Kč / Měsíc

Vybrat balíček

- Benefit
- Benefit
- Benefit
- Benefit
- Benefit
- Benefit

8. VÝZVA K AKCI

- Pokud prodáváte **služby**, vaším největším cílem bude **získat kontakt na osobu**, která má alespoň **malý zájem o vaše služby**.
- Na webu nemáte tolik prostoru, abyste si svého klienta tak ohřáli, aby ihned vytáhl peněženku a **zaplatil vám 50.000 Kč**, či více.
- Proto uživatele vedeme k **odeslání poptávky** a následně mu po telefonu řekneme **více informací k naší službě** a máme **mnohem větší šanci k uzavření klienta**.



JSME TADY PRO VÁS!

Zarezervujte si svoji 30 minutovou strategickou konzultaci naprosto nezávazně a ZDARMA!

Na schůzce probereme ac eget proin ultricies consectetur lectus. Congue in quis pellentesque faucibus faucibus egestas. Arcu, in vulputate volutpat, nisi. Urna consequat elementum laoreet id porta tellus nascetur bibendum trincidunt.

☎ Strategická konzultace ZDARMA

Pokud na svůj web přidáte tyto sekce, díky kterým provedete svého potenciálního klienta přes všech **5 fází**.

Pak máte **několikanásobně** větší šanci na **získání poptávky**.

Protože narozdíl od **90% ostatních webů**, vy se svým kontaktem budujete vztah a poskytujete mu všechny informace, co potřebuje vědět před **poptáním vaší služby**.

Těchto **8 sekcí jsou ty nejdůležitější**, ale na konci tohoto PDF zjistíte, jaké další sekce se hodí **přímo na míru pro webové stránky vaší firmy**.



CHYBA Č. 5:

VAŠE TEXTY SE NESOUSTŘEDÍ NA ZÁKAZNÍKA

Tahle chyba dost souvisí s dovedností **prodávat**. Naprostá většina webů, co každý měsíc navštívím **mluví jenom sami o sobě**.

Začnou tím, že do úvodního banneru napíšíou název své firmy. Dále následuje sekce o nás, kde popíšíou celou A4 textu o tom, jakou má jejich firma historii. A ve finále u služeb vypíšíou, jak je umí dělat nejlépe.

A já to naprosto chápu. Texty na web si píšíou **podnikatelé**, kteří jsou odborníci na své řemeslo, ale psaní textů na web je trochu jiný sport.

Bohužel tato strategie psaní **sami o sobě** je **naprosto špatně** a **odhání drtivou většinu potenciálních klientů**.

ŘEŠENÍ:

Nesoustřeďte se na sebe, ale na svého zákazníka. Mluvte jenom o tom, jak vaše služba pomůže vašemu klientovi.

Na vašem webu je z jediného důvodu - **má problém a chce ho vyřešit**.

Takže v **úvodním banneru** místo "Účetní firma" napište "Postaráme se o vaše faktury a vám zbyde více času na podnikání".

Když budete popisovat službu, nemluvte o tom, že "Používáte stroj TurboVysavač 3400X", mluvte o tom, že "V jeho kanceláři vysajete i prostory, kam se on sám nikdy nedostal".

O sobě mluvte jen ve **20% případů**, ale v **80%** mluvte jenom o tom, **co váš klient získá, když poptá vaše služby**. To je to jediné, co ho ted' zajímá.



CHYBA Č. 6:

VÁŠ WEB NEVYPADÁ DŮVĚRYHODNĚ

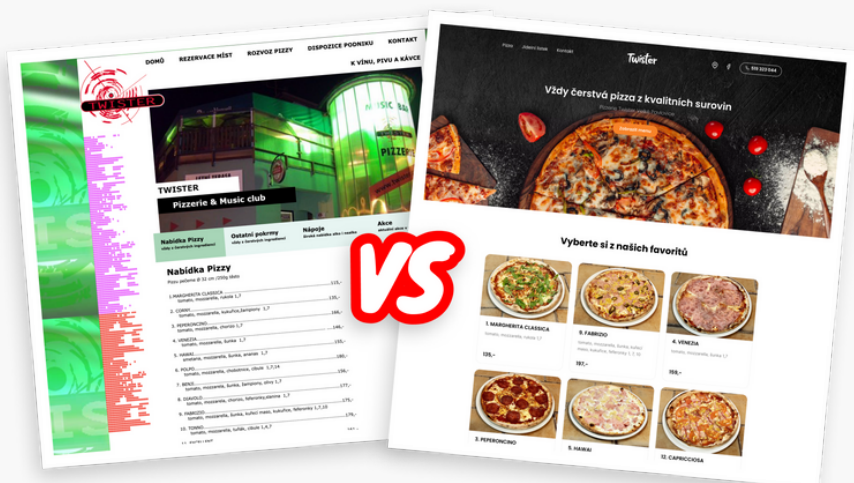
Tato chyba se vyskytuje téměř u **všech podnikatelů**, co si svůj první firemní web dělali buď **sami**, nebo se **známým**. A zkrátka si web udělali tak nějak “na rychlo” a “hlavně, ať nějaký mají”.

Problém je v tom, že pokud jste do svého webu nevěnovali **více práce, či peněz**, je velmi pravděpodobné, že design vašeho webu vypadá **neprofesionálně a nedůvěryhodně**.

A jelikož lidé neví, jak kvalitní máte služby, musí si udělat **první dojem na základě vašeho webu**. A stejně tak, jak **nedůvěryhodně** váš web vypadá, stejně tak lidé **nedůvěřují vaší firmě**.

Představte si, že přijedete do malého městečka, kde jsou pouze dvě pizzerie. Jako první se **podíváte na jejich web**, abyste si vybrali pizzu, na kterou máte chuť.

A má otázka zní: **Jaká pizzeria vypadá kvalitněji a nakonec si z ní objednáte?**



Myslím, že nyní už chápete, jak důležitý je první dojem z vašeho webu.

ŘEŠENÍ:

Mít správně nadesignovaný web, který vás bude skvěle reprezentovat je úkol spíše na nějakého web designera. I tak se vám zde pokusím předat **několik tipů**, jak můžete **zlepšit důvěryhodnost** svého webu ještě dnes.

Je důležité si pohlídat hlavně tyto **3 faktory**:

1. Písmo

Nepoužívejte na svém webu více jak **2 styly písma**. Často vidím weby, kde používají klidně i 5 stylů písma. To pak vypadá naprosto **neprofesionálně**.

Já osobně používám většinou pouze **jeden styl písma** a měním u něj jen **tloušťku a velikost**.

Také si pohlíďte, ať máte daná pravidla pro **velikosti textů a titulků**. Například hlavní nadpis bude mít **56px**, ale všechny nadpisy jednotlivých sekcí budou mít **32px**.

To stejné platí i u tlačítek - **všechny by měly být stejně velká**. Nemůže mít jedno tlačítko velikost **18px** a druhé **14px**.

Pak web vypadá **neuceleně** a tudíž i **nedůvěryhodně**. Mějte jasně daná pravidla pro **styl a velikosti písma**.

2. Barvy

Stejné pravidlo, co platí pro písmo, **platí i pro barvy**. A to: **nekombinujte na svém webu více jak 3 barvy**.

Barevná paleta vašeho webu by se měla skládat z:

- **Barva pozadí - většinou bílá**
- **Barva textů - většinou černá**
- **Barva tlačítek a výrazných sekcí - většinou barva vaší značky**

Pokud má vaše firma v logu více barev, vyberte si **jenom jednu**.

Míchat na webu více jak 2 barvy značky je dost **složitě** a málokdo to umí udělat tak, aby to **vypadalo skvěle**.

3. Jednotný styl webu

Poslední důležitý krok je udržet **jednotný styl na celém webu**. Podnikatelům se často stává, že si nechají vytvořit původní verzi webu. Jenomže později jejich byznys roste a když na svůj web chtějí přidat další 3 služby, už nedodrží styl z původního webu a opět naruší **ucelenost celého webu**.

Mluvím zde o stylu, který se udržuje napříč celým webem. Například pokud si definujete, že tlačítko bude **hranaté**, pak musí být hranaté **všude**. Ne, že na podstránce bude zaoblené.

Více reálných příkladů uvidíte například na [webech mých klientů v mém portfoliu](#).

Nebo si přehrajte [tento videotrénink](#), kde popisují, jak jsem redesignoval web svému klientovi krok za krokem.



CHYBA Č. 7:

**NEVÍTE, JAK SE UŽIVATELÉ NA
VAŠEM WEBU CHOVAJÍ**

Poslední zásadní chyba, které se musíte vyvarovat je ta, že možná vlastně vůbec nevíte, **kolik lidí váš web navštíví a jak se na něm chovají.**

Většina programátorů bere tvorbu webu jako **jednorázovou spolupráci** a podnikateli tak odevzdají hotový web, jakoby už nebylo potřeba **tam nic měnit.**

Odevzdají vám ho jako číšník jídlo v restauraci a tím pro ně **práce končí.**

To není ale ten správný přístup.

Pravděpodobnost, že web, co vám vytvořil je vyladěný na **100% je velmi malá.**

Skutečnost je taková, že následující týdny musíte testovat, jak se lidé na vašem webu **chovají, kam klikají a kolik lidí odesílá poptávky.**

Jedině tak zjistíte, že musíte změnit **nadpis stránky**, nebo přidat **novou sekci**, nebo **přidat tlačítko pod každý odstavec.**

Právě tím, že budete testovat různé možnosti a varianty, se dostanete k tomu, že svůj web naprosto vyladíte k dokonalosti a **zvýšíte ziskovost svého webu alespoň o 50%.**

Pokud chodíte na Instagram, tak jste si určitě také museli všimnout, že Instagram každý rok mění své rozhraní a snaží se ho udělat tak, aby používání aplikace bylo pro uživatele opravdu co **nejsnažší.**

Pokud by nechali svoji první verzi, určitě by Instagram **nebyl tak populární.**

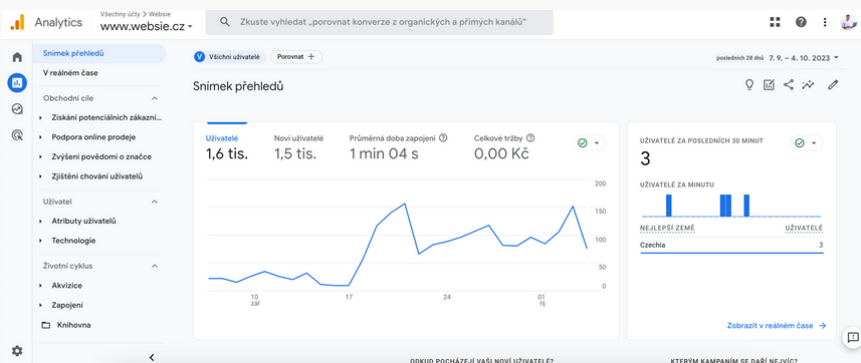
ŘEŠENÍ:

A jak měřit a testovat svůj web?

Já osobně používám **Google Analytics**

Google Analytics patří mezi ty nejznámější nástroje a dostanete ho opravdu na každý web.

V takovémto prostředí můžete potom vidět, **kolik váš web navštíví každý měsíc lidí**, a kolik z nich nakonec i **odešle poptávku**.



Můžete vidět **na jaké stránky chodí, kolik tam tráví času** a také **odkud se tam proklikli**. Jestli zadali vaši stránku **rovnou do vyhledávání**, nebo jestli se **proklikli skrze reklamu**.

Na základě těchto dat můžete snadno vyzorovat, **jak se vašemu webu daří**, jaké vám **přináší výsledky** a také co by stálo za to vylepšit.



NECHTE SI NEZÁVAZNĚ PORADIT, JAK VYLEPŠIT SVŮJ FIREMNÍ WEB

Pevně věřím, že vám tohle **PDF pomohlo vyřešit ty nejzákladnější chyby** na vašem **firemním webu** a nyní už svoji firmu budete prezentovat jako **absolutní špičku v oboru** a díky tomu budete získávat ještě **více poptávek a klientů**.

Pokud vás zajímá, jaké **další chyby máte na svém webu**, kvůli kterým možná působíte **nedůvěryhodně** a **odháníte své potenciální klienty**, mám pro vás něco, co vám **okamžitě pomůže**.

To něco je **30 minutová strategická konzultace**, kde se budeme bavit jenom o vašem podnikání a o vašem webu.

Řeknete mi více o tom, **v čem podnikáte** a následně udělám **rozběr vašeho webu**. Okamžitě vám **dám zpětnou vazbu**, co děláte dobře a zároveň vám dám i **několik tipů**, jak můžete zvýšit **důvěryhodnost** a **ziskovost** svého webu.

Jedna hodina konzultace se mnou stojí **2.000 Kč**. Ale vy máte nyní jedinečnou šanci ji získat naprosto **NEZÁVAZNĚ** a **ZDARMA!**

Ale stejně jako vás, tak i můj čas je velmi omezený a tuto konzultaci nabízím každý měsíc pouze **20 podnikatelům**. Takže využijte této šance, dokud nemám kapacitu plnou!

[PRO REZERVACI KONSULTACE KLIKNĚTE ZDE](#)

