



AKO PREDÁVAŤ 4 GENERÁCIÁM NARAZ

**Praktický prehľad pre obchodníkov
a majiteľov firiem, ktorých klienti
sú vo veku od 20 do 70 rokov.**

OBSAH

01

**PREČO TEN ISTÝ ROZHOVOR RAZ ZABERIE
A INOKEDY NIE**

02

ŠTYRI GENERÁCIE, ŠTYRI PRÍSTUPY

03

AKO TO ZNIE V PRAXI

04

**NÁSTROJ, KTORÝ FUNGUJE NA VŠETKY ŠTYRI
GENERÁCIE**

05

ČO UROBIŤ DNES A AKO ĎALEJ



01 PREČO TEN ISTÝ ROZHovor RAZ ZABERIE A INOKEDY NIE



**Rovnaká ponuka nefunguje
na každého rovnako.**



**Neprispôsobuj produkt.
Prispôsob komunikáciu.**

**Predávaš ten istý produkt alebo službu.
Rovnakými slovami. Rovnakým štýlom.**

Jeden klient sa rozhodne za päť minút. Druhý ani po hodine.

Rozdiel nie je v produkte. Ani v cene.
Rozdiel je v tom, kto sedí oproti tebe.

**Klient nekupuje produkt. Kупuje pokoj, istotu a správne rozhodnutie.
Len každá generácia si ten pokoj pýta iným jazykom.**

Stará škola predaja stála na troch pilieroch: tlak, výkon, ego.
Nová generácia stojí na iných troch: pokoj, bezpečie, istota.

Číslo, ktoré mení pohľad na sales:

67 % B2B zákazníkov dnes preferuje nákup bez toho, aby vôbec hovorili
s obchodníkom.

Nie preto, že by ťa nepotrebovali. Skôr preto, že s väčšinou obchodníkov
vnímajú rozhovor ako stratu času.

**Ak hovoríš so všetkými rovnako, traja zo štyroch ti nemusia rozumieť.
Dáva ti to zmysel?**

02 ŠTYRI GENERÁCIE, ŠTYRI PRÍSTUPY

BABY BOOMERS (62 až 80 rokov)

Ako komunikovať: telefón, osobné stretnutie, vykanie

Čo oceňujú: skúsenosť, stabilita, osobný prístup, čas

ČO FUNGUJE:

čas, ktorý im venuješ,
referencie od ľudí, ktorých poznajú,
jasná záruka a istota

ČO NEFUNGUJE:

tlak na rýchle rozhodnutie,
celý proces online,
prílišná neformálnosť

GENERÁCIA X (47 až 61 rokov)

Ako komunikovať: e-mail a telefón, priamo a vecne

Čo oceňujú: efektivita, fakty, návratnosť, nezávislosť, odporúčania

ČO FUNGUJE:

konkrétne čísla,
návratnosť v mesiacoch,
priestor na vlastné rozhodnutie

ČO NEFUNGUJE:

korporátny žargón,
zbytočné reči okolo podstaty,
pocit, že ho niekto vedie za ruku



MILENIÁLI / GEN Y (32 až 46 rokov)

Ako komunikovať: WhatsApp, online, rýchlo a otvorene

Čo oceňujú: transparentnosť, hodnoty firmy, recenzie

ČO FUNGUJE:

spoločné hľadanie riešenia,
úprimná odpoveď aj na
nepříjemnú otázku,
sociálny dôkaz

ČO NEFUNGUJE:

tvrdý predaj,
chýbajúce prečo,
ticho po stretnutí

GENERÁCIA Z (17 až 31 rokov)

Ako komunikovať: Instagram, TikTok, rýchle odpovede

Čo oceňujú: rýchlosť, sociálny dôkaz, video

ČO FUNGUJE:

krátke video namiesto dlhého e-
mailu,
odpoveď do hodiny,
cena a podmienky bez nutnosti
hľadania

ČO NEFUNGUJE:

formálny tón,
statická power point prezentácia,
odpoveď o dva dni



Vek nie je diagnóza. **Generácia je len vodítka, nie presná nálepka.**
Vždy si vopred over, koho budeš mať pred sebou.

03 AKO TO ZNIE V PRAXI

Prehľad vyzerá skvele na papieri. Ale často rozhoduje jedna veta, ktorú povieš.

● BABY BOOMER

Zvyčajne povieš: „Pošlem vám link, tam nájdete všetko a viete si to objednať online.“

Funguje lepšie: „Navrhujem, aby sme si k tomu sadli. Vyhradím si na to hodinu, aby ste mali čas na všetky otázky.“

Prečo: čas, ktorý mu venuješ, je pre neho súčasťou produktu. Keď mu ho zoberieš, zobral si mu polovicu hodnoty.



● GENERÁCIA X

Zvyčajne povieš: „Toto riešenie vám úplne zmení fungovanie firmy.“

Funguje lepšie: „Tri čísla a potom sa rozhodnete sami. Investícia je X. Vráti sa za Y mesiacov. Toto je to, čo ušetríte.“

Prečo: nepotrebuje len tvoje nadšenie. Chce fakty a priestor. Kto ho tlačí, prehral skôr, než začal.



● MILENIÁLI / GENERÁCIA Y

Zvyčajne povieš: „Toto je najlepšia voľba na trhu, verte mi.“

Funguje lepšie: „Toto vám odporúčam. A toto by som vám neodporučil, lebo vo vašej situácii to nevyužijete. Čo si o tom myslíte?“

Prečo: preverí si teba skôr než produkt. 80 % mileniálov vie, že sa rozhoduje nielen o cene, ale o tom, či ti môže dôverovať. Veta „toto by som vám neodporučil“ dokáže viac než tri argumenty.



● GENERÁCIA Z

Zvyčajne povieš: e-mail na osem odsekov a príloha na 12 strán.

Funguje lepšie: video na 60 sekúnd a jedna veta. „Tu je to podstatné. Cena je X. Ak ti to dáva zmysel, ozvi sa, odpíšem obratom.“

Prečo: rýchlosť je pre ňu forma rešpektu. 85 % z nej už používa AI pri rozhodovaní o kúpe. U Baby Boomers je to 41 %. Kým ty píšeš odpoveď, ona si ju už našla inde.



04 NÁSTROJ, KTORÝ FUNGUJE NA VŠETKY ŠTYRI GENERÁCIE

Nech máš pred sebou kohokoľvek, je skoro isté, že príde námietka.
A väčšinou je to o tom istom.

Námietka nie je odmietnutie. Je to test.
Cena nie je problém. Nedostatok dôvery áno.

Tri kroky spracovania námietky, ktoré fungujú naprieč generáciami:

1. UZNAJ

„Rozumiem vám. Pri takomto rozhodnutí je cena podstatná.“

2. VYKÝVAJ

„Skúsme sa na to pozrieť aj z druhej strany. Čo vás stojí, ak s tým ďalší rok neurobíte nič?“

3. ALTERNATÍVNA OTÁZKA

„Je pre vás lepšie začať tento program teraz, alebo od ďalšieho mesiaca?“

A teraz pozor. Generácie sa nelíšia v tom, či námietku dajú.
Líšia sa v tom, ako ti ju dajú najavo.

Baby Boomer ti ju povie do očí.

Gen X ti pošle e-mail s jednou vecnou otázkou.

Mileniál povie „ozvem sa“ a overí si to u známych.

Gen Z ti neodpíše.

Iba Baby Boomer ti povie námietku priamo do očí. Gen X, Mileniál aj Gen Z ju schovajú za e-mail, zdvorilú frázu alebo ticho a presne preto ju obchodníci prehliadnu..

05 ČO UROBIŤ DNES A AKO ĎALEJ



ČO UROBIŤ DNES

- Vyber si jedného klienta, ktorého sa ti dlho nedarí uzavrieť.
- Zisti, do ktorej generácie patrí.
- Vráť sa k poslednému rozhovoru. Nie k tomu, **ČO** si povedal. K tomu, **AKO** si to povedal.
- Napíš mu ešte dnes jednu vetu. V jeho jazyku, nie v tvojom.

A PRI KAŽDOM ĎALŠOM ROZHOVORE PAMÄTAJ NA JEDNO PRAVIDLO:
HOVOR MENEJ, PÝTAJ SA VIAC.

ČO ĎALEJ

4. AUGUSTA, UTOROK, 19:30, ONLINE, ZDARMA

LETNÉ INŠPIRÁCIE: Nech robíš čokoľvek, s niektorými ľuďmi sa jednoducho nedohodneš.

Prečo to niekedy nie je o generácii, ale o niečom, čo má človek v sebe od narodenia.

19. NOVEMBRA 2026

NEXT GENERATION Code: Jednodňový seminár. Celý systém multigeneračného predaja.



**OBCHODNÍK BUDÚCNOSTI NEBUDE TEN,
KTO POZNÁ NAJVIAC TECHNÍK.
ALE TEN, KOMU ĽUDIA NAJVIAC DÔVERUJÚ.**