

OBSAHOVÝ SUMÁŘ

NeÚvod	6
Seznamka	7
AHA moment #1	9
Trackování pracovního času je užitečné, i když nefakturujete hodinově	
Nebud'te jako Prachyfuč	10
Domněnkologie jako sladký začátek hořkého konce	11
Co vám vyzvoní trackování	12
Když mě to trackování fakt neba!	15
Jak to dělá kouzelník Věžník	16
AHA moment #2	17
Dobrý klient vám rád zaplatí i za čas, který věnujete pracovní komunikaci	
Nebud'te jako Prachyfuč	18
Proč kasírovat i desetiminutovky	19
Jak dostat zlatáky za pracovní komunikaci	20
Klientům vždy dáváte víc, než vytrackujete	22
Jak to dělá kouzelník Věžník	23
AHA moment #3	24
Za hodinu práce toho dnes stihnete víc než před rokem	
Nebud'te jako Prachyfuč	25
Fakt chcete být za granda?	26
Vlk se nažere a klientova koza zůstane celá	28
Símpěkně, ale u všech pricingových metod to neplatí	29
Jak to dělá kouzelník Věžník	30
AHA moment #4	31
Dlouhodobá 100% vytíženost není projevem pokročilosti	
Nebud'te jako Prachyfuč	32
Toužíte po kapitálním úlovku? Tak se nehoňte za každou čudlou!	33

Proč si nechávat volnou kapacitu	34
Jak na to? Evoluce, ne revoluce!	36
Jak to dělá kouzelník Věžník	37
AHA moment #5	38
Démonizovaná metoda cenotvorby může ve skutečnosti fungovat skvěle	
Nebud'te jako Prachyfuč	39
Chcete jít s davem? OK. Ale víte, kdo ho vede?	40
Pátrejte po příčině	41
Vloupejte se do hlav kolegů	43
Jak to dělá kouzelník Věžník	44
AHA moment #6	45
V každém oboru jsou klienti, kteří si rádi připlatí za nadstandard či luxus	
Nebud'te jako Prachyfuč	46
Luxusní auták i toaleták	47
Buřtguláš, nebo pětichodové menu?	48
Jak variovat ceny v copywritingu	49
1. Bonusové služby	49
2. Počet revizních kol	50
3. Termín dodání a výše záloh	50
Není nemorální brát 12 litrů za normostranu?	51
Jak to dělá kouzelník Věžník	52
AHA moment #7	53
Když do cenové nabídky započítáte rezervu, neokrádáte klienty	
Nebud'te jako Prachyfuč	54
Proč do kalkulací vždycky zahrnout rezervu	55
Není to podraz na klienta?	57
Co když mi ale zůstane fakt hodně nevyčerpaného času?	59
Jak to dělá kouzelník Věžník	60
AHA moment #8	61
Poptávajícím nemůžete věnovat stejnou péči jako zákazníkům	
Nebud'te jako Prachyfuč	62
Povolený doping, nebo zhoubný fet?	63

Teprve váš zákazník může být vaším pánem	64
Odlišujte poptávkové zrno od plev	65
Za co dávat černé puntíky?	65
Co si zaslouží plusové body?	65
Servírujte informační předkrm, nepořádejte žranici	66
Jak to vše souvisí s cenotvorbou?	67
Jak to dělá kouzelník Věžník	68
AHA moment #9	69
Zlevnit není žádná ostuda	
Nebud'te jako Prachyfuč	70
Aby mohlo dojít na zlevňování, musíte nejdřív zdražit	71
Cena jako obrana	72
Intimní vztah s vlastním ceníkem	73
Čestný krach, nebo zlevňovací ostuda?	74
Strategické zlevnění a podbízení se cenou	75
Jak to dělá kouzelník Věžník	76
AHA moment #10	77
Máte mnohem větší cenu, než si myslíte	
Nebud'te jako Prachyfuč	78
Pohled do zrcadla klame	79
Ezo kecy? Ani v nejmenším!	80
Lék na podceňování	81
Jak to dělá kouzelník Věžník	82
Prachsprostá reklama místo závěru	83
Absolventi kurzu kápli božskou. Bez mučení!	85
Mág, který vykouznil tento AHAbook	87

