



Slovníček Pojmů

pro Online Podnikatelky

TOHLE POTŘEBUJEŠ VĚDĚT

50+ výrazů i s jasnými příklady



VÍTEJ!

Vítám tě ve světě online podnikání!

Ať už jsi na začátku své cesty, nebo už máš za sebou první úspěchy, tento slovníček ti pomůže zorientovat se ve všech klíčových pojmech a termínech, které tě mohou potkat.

Online svět má svá specifika a někdy se může zdát, že se v něm ztrácíš. Tento dokument ti ale bude věrným průvodcem, který tě provede všemi důležitými termíny, od základů až po pokročilé techniky, které ti pomohou růst a uspět.

A pokud bys narazila ještě na další výrazy, se kterými si budeš lámat hlavu, napiš mi na [Instagram - Nonna Mentor Online Podnikatele](#) nebo na mail tym@uspesnaonline.cz



Vysvětlené termíny

OBSAH

A/B Testing

Affiliate Marketing

Analytics

Bounce Rate (Míra Opuštění)

Branding

Call To Action (CTA)

CLV (Customer Lifetime Value)

Content Marketing (Obsahový Marketing)

Conversion Funnel (Konverzní Trychtýř)

Conversion Rate (Konverzní Poměr)

CRM (Customer Relationship Management)

Crowdfunding

CTA Button (Call To Action Button)

Customer Journey (Zákaznická Cesta)

Dark Social

Dlouhodobý obsah

Email Marketing

Engagement Rate (Míra Zapojení)

Evergreen Kurz

Freemium

Funnel (Prodejní Trychtýř)

Gamifikace

Growth Hacking

Hashtag Strategy

Churn Rate (Míra Odlivů)

Influencer



Influencer Marketing
KOL (Key Opinion Leader)
KPI (Key Performance Indicators)
Krátkodobý obsah
Landing Page (Cílová Stránka)
Lead
Lead Magnet
Link in Bio
MasterClass
MasterMind
Micro-Influencer
Niche Market (Cílovka)
Omnichannel Marketing
Opt-in
PPC (Pay-Per-Click)
Responsive Design
Retargeting
ROI (Return on Investment)
Rychlé sítě
Sales Pipeline (Prodejní Pipeline)
SaaS (Software as a Service)
SEO (Search Engine Optimization)
Social Proof (Sociální Důkaz)
Squeeze Page
Swipe Up
UX/UI Design
Viral Marketing
Webinar (Webinář)
Whitelist
Živé vysílání



A/B Testing

Metoda testování dvou variant (A a B) něčeho, například dvou verzí e-mailové kampaně nebo webové stránky, aby se zjistilo, která z nich funguje lépe. Testování se provádí na části publika a výsledky se porovnávají.

Příklad: Testování dvou různých verzí e-mailového předmětu, abys zjistila, který má vyšší míru otevření.

Affiliate Marketing

Typ marketingu, kde podnikatelé propagují produkty nebo služby jiných firem a získávají provize za každý uskutečněný prodej nebo jinou konverzi uskutečněnou díky jejich doporučení.

Příklad: Nabízíš provizi bloggerkám za propagaci tvého online kurzu na jejich stránkách nebo naopak ty propaguješ cizí služby anebo produkty.

Analytics

Proces shromažďování, měření a analýzy dat za účelem porozumění chování uživatelů a efektivity marketingových aktivit. Google Analytics je jedním z nejznámějších nástrojů pro sledování a analýzu návštěvnosti webových stránek.

Příklad: Použití Google Analytics k sledování návštěvnosti tvého webu a analýze, odkud přicházejí návštěvníci.



Bounce Rate (Míra Opuštění)

Procento návštěvníků, kteří přijdou na váš web a opustí ho bez jakékoliv interakce (např. bez kliknutí na další stránku). Vysoká míra opuštění může signalizovat, že stránka nesplňuje očekávání návštěvníků.

Příklad: Návštěvnice přijde na tvou stránku, ale okamžitě ji opustí, protože nenašla, co hledala.

Branding

Proces vytváření a upevňování specifického obrazu nebo identity vaší značky, který zákazníci poznají a kterému důvěřují. Branding zahrnuje logo, barvy, styl komunikace, hodnoty a celkovou prezentaci značky.

Příklad: Používání jednotného loga, barev a stylu komunikace napříč všemi tvými online platformami.

Call To Action (CTA)

Výzva k akci, která návštěvníkovi jasně sděluje, co má udělat dál. Typické CTA jsou „Koupit nyní“, „Zaregistrujte se zdarma“, „Stáhněte si e-book“ apod. Efektivní CTA by mělo být jasné, přímé a akční.

Příklad: Tlačítko "Zaregistruj se nyní" na stránce s nabídkou online kurzu.



CLV (Customer Lifetime Value)

Odhadovaná celková hodnota, kterou zákazník přinese společnosti během celého trvání svého vztahu s firmou. CLV je klíčový ukazatel pro měření dlouhodobé ziskovosti a efektivity marketingových investic.

Příklad: Průměrná zákaznice za dobu svého vztahu s tvým podnikáním utratí 5000 Kč, což je její CLV.

Content Marketing (Obsahový Marketing)

Strategie zaměřená na tvorbu a sdílení hodnotného, relevantního a konzistentního obsahu s cílem přilákat a udržet jasně definované publikum a nakonec podpořit prodej. Obsah může zahrnovat blogy, videa, podcasty, infografiky atd.

Příklad: Publikování blogových článků, které vzdělávají tvé publikum a podporují prodej tvých produktů.

Conversion Funnel (Konverzní Trychtýř)

Model, který znázorňuje kroky, které zákazníci podnikají před tím, než uskuteční nákup nebo jinou konverzi. Trychtýř obvykle zahrnuje fáze jako povědomí, zvažování, rozhodování a akce.

Příklad: Zákaznice nejdříve vidí tvou reklamu na Facebooku, poté klikne na odkaz, přečte si tvůj blogový článek, zaregistruje se na webinář a nakonec si koupí tvůj produkt.



Conversion Rate (Konverzní Poměr)

Procento návštěvníků webu, kteří provedli požadovanou akci (např. nákup, registraci). Pokud například 100 lidí navštíví vaši webovou stránku a 5 z nich nakoupí, konverzní poměr je 5 %.

Příklad: Z 2000 návštěvníků tvého e-shopu 100 nakoupí = 5% konverzní poměr.

CRM (Customer Relationship Management)

Software nebo systém, který pomáhá firmám spravovat vztahy se zákazníky, včetně sledování interakcí, prodeje a zákaznické podpory. CRM systémy umožňují personalizaci a lepší řízení vztahů s klienty.

Příklad: Používáš nástroj jako HubSpot pro sledování a správu komunikace se zákazníky, nebo alespoň jednoduchou formu v tabulkách?

Crowdfunding

Proces získávání financí pro projekt nebo podnikání prostřednictvím malých příspěvků od velkého počtu lidí, obvykle prostřednictvím online platformy jako Donio nebo Hithit.

Příklad: Spustíš kampaň na Doniu, kde sháníš financování na svůj nový produkt/službu/startup od široké veřejnosti.



CTA Button (Call To Action Button)

Tlačítko na webové stránce nebo v e-mailu, které návštěvníky vyzývá k akci, jako je „Koupit nyní“, „Zaregistrujte se“ nebo „Stáhněte si zdarma“. Správné umístění a design CTA tlačítka jsou klíčové pro zvýšení konverzí.

Příklad: Tlačítko "Začněte nyní" na stránce produktu, které vyzývá k nákupu.

CTR (Click-Through Rate)

Procento lidí, kteří kliknou na odkaz nebo reklamu z celkového počtu, který ji viděl. CTR je klíčovým ukazatelem efektivity online reklamy nebo e-mailové kampaně.

Příklad: Z 1000 zobrazení tvé reklamy 50 lidí klikne na odkaz = 5% CTR.

Customer Journey (Zákaznická Cesta)

Sled kroků, které zákazník podniká od prvního kontaktu s vaší značkou až po konečný nákup a případně i další interakce. Mapování zákaznické cesty pomáhá pochopit potřeby a chování zákazníků.

Příklad: Zákaznice objeví tvůj Instagram, přečte si několik příspěvků, přejde na tvůj blog a nakonec koupí tvůj produkt.



Dark Social

Komunikace nebo sdílení obsahu, které se děje mimo sledovatelné kanály, jako jsou privátní zprávy, e-maily nebo aplikace pro zasílání zpráv (např. WhatsApp). Toto je těžko měřitelné tradičními analytickými nástroji.

Příklad: Zákaznice sdílí odkaz na tvůj článek přes WhatsApp, což je pro tebe těžké sledovat.

Dlouhodobý obsah

Obsah, který zůstává relevantní a hodnotný po delší dobu, například blogové příspěvky, videa na YouTube, podcasty nebo video kurzy. Takový obsah je dobré v čase upravovat a validovat.

Příklad: Blogový článek nebo video, které poskytuje hodnotu i několik let po jeho zveřejnění, například průvodce „Jak začít podnikat.“

Email Marketing

Marketingová strategie zaměřená na zasílání e-mailů potenciálním i stávajícím zákazníkům s cílem propagovat produkty, budovat vztahy a zvyšovat prodeje. Důležité je zaměření na hodnotný obsah a personalizaci.

Příklad: Pravidelný newsletter s tipy na podnikání a speciálními nabídkami pro tvoje odběratelky.



Engagement Rate (Míra Zapojení)

Metrika, která měří úroveň interakce uživatelů s vaším obsahem, jako jsou lajky, komentáře, sdílení a kliknutí. Vysoká míra zapojení obvykle naznačuje, že váš obsah je relevantní a zajímavý pro cílové publikum.

Příklad: Tvůj příspěvek na Instagramu získá 200 lajků a 50 komentářů, což ukazuje vysokou míru zapojení.

Evergreen Kurz

Zpravidla online kurz, který je přístupný zájemcům kdykoliv od uhrazení produktu. Některý kurzy mají určené datum stratu, což není příklad evergreen kurzu. Pak je ještě otázka jestli půjde o kurz s podporou nebo bez.

Příklad: Online kurz do kterého může naskočit zájemce kdykoliv od uhrazení, s podporou ve Facebook skupině, s přístupností 1 rok od nákupu.

Freemium

Obchodní model, který nabízí základní služby zdarma, zatímco pokročilé funkce, doplňky nebo obsah jsou k dispozici pouze za poplatek. Tento model je často používán v softwaru, aplikacích nebo online službách.

Příklad: Nabízíš bezplatnou verzi svého softwaru s omezenými funkcemi, zatímco pokročilé funkce jsou dostupné pouze za poplatek.



Funnel (Prodejní Trychtýř)

Marketingový model, který popisuje cestu zákazníka od prvního kontaktu s vaší značkou až po finální nákup. Trychtýř se obvykle skládá z několika fází: povědomí, zvažování, rozhodování a akce.

Příklad: Zákaznice navštíví tvůj blog, přečte článek, přihlásí se na webinář a poté si zakoupí tvůj kurz.

Gamifikace

Použití herních prvků (bodů, odznaků, soutěží) v neherních kontextech, například v online kurzech nebo marketingových kampaních, pro zvýšení zapojení.

Příklad: Ve svém online kurzu zavedeš systém odměn, kde účastnice sbírají body za splněné úkoly a mohou získat certifikát nebo slevu na další kurz.

Growth Hacking

Strategický přístup zaměřený na rychlý růst společnosti pomocí inovativních a často nízkonákladových marketingových a produktových taktik. Growth hacking se často používá ve startupových prostředích.

Příklad: Používáš kreativní metody, jako jsou virální kampaně nebo partnerské spolupráce, k rychlému získávání nových zákazníků.



Hashtag Strategy

Strategické používání hashtagů na sociálních sítích pro zvýšení viditelnosti tvých příspěvků.

Příklad: Používáš relevantní a populární hashtagy ve svých příspěvcích na Instagramu, aby je objevilo více lidí, například #podnikáníproženy nebo #onlinebusiness.

Churn Rate (Míra Odlivů)

Procento zákazníků, kteří přestanou používat váš produkt nebo službu během určitého časového období. Churn rate je klíčový ukazatel pro podniky založené na předplatném nebo SaaS modelu.

Příklad: Z 1000 odběratelů tvé služby 50 každý měsíc odhlásí předplatné, což dává míru odlivu 5%.

Influencer

Osoba, která má významný vliv na názory a rozhodnutí svého publika, zejména na sociálních sítích. Influencer může být odborník v určitém oboru, celebrita, nebo jednoduše někdo, kdo si vybudoval velkou a angažovanou komunitu sledujících.

Příklad: Populární fitness instruktorka, která ve svých příspěvcích propaguje zdravou výživu, sportovní oblečení, zdravý životní styl...



Influencer Marketing

Forma marketingu, kde firmy spolupracují s influencery (lidmi s velkým počtem sledujících na sociálních sítích) na propagaci produktů nebo služeb. Influencer marketing je efektivní způsob, jak oslovit cílovou skupinu autentickým způsobem.

Příklad: Spolupracuješ s populární YouTuberkou, která ve svém videu doporučuje tvé produkty.

KOL (Key Opinion Leader)

Osoba, která má významný vliv na názory nebo nákupní chování ostatních v určitém odvětví. KOLs jsou často využíváni v marketingových strategiích, zejména v oblastech jako móda, technologie nebo kosmetika.

Příklad: Spolupracuješ s uznávanou expertkou, která doporučuje tvé produkty svým sledujícím a tím zvyšuje jejich důvěryhodnost.

KPI (Key Performance Indicators)

Klíčové ukazatele výkonnosti jsou metriky používané k měření úspěšnosti v různých oblastech podnikání, například počet nových zákazníků, návštěvnost webu nebo míra konverzí.

Příklad: Míra růstu počtu odběratelů newsletteru o 10 % za měsíc.



Krátkodobý obsah

Obsah, který má krátkou životnost a je navržen pro rychlou spotřebu, například příspěvky na sociálních sítích, které jsou aktuální jen několik dní nebo hodin.

Příklad: Instagram Stories nebo příspěvek na Twitteru, který je relevantní jen krátkou dobu, například oznámení o blížící se akci nebo speciální slevě.

Landing Page (Cílová Stránka)

Speciálně navržená webová stránka, kam návštěvníci přicházejí poté, co kliknou na odkaz z reklamy, emailu nebo sociálních sítí. Jejím hlavním cílem je přimět návštěvníka k určité akci, například k registraci nebo nákupu.

Příklad: Stránka s nabídkou tvého online kurzu, kde se návštěvnice může zaregistrovat na webinář.

Lead

Osoba nebo společnost, která projevila zájem o vaše produkty nebo služby. V online marketingu to často znamená, že někdo vyplnil formulář na vašem webu a stal se potenciálním zákazníkem.

Příklad: Návštěvnice webu, která vyplní formulář na stránce a zanechá ti svůj e-mail.



Lead Magnet

Nabídka zdarma (např. e-book, webinář, slevový kupón), kterou poskytnete výměnou za kontaktní informace potenciálního zákazníka (např. e-mailovou adresu). Cílem je získat co nejvíce kvalitních leadů.

Příklad: E-book s tipy na zvýšení produktivity, který návštěvnice stáhne výměnou za svůj e-mail.

Link in Bio

Často používaný výraz na Instagramu, kde odkazuješ své sledující na odkaz v profilu, protože příspěvky nemohou obsahovat aktivní odkazy.

Příklad: V každém příspěvku na Instagramu vybízíš sledující, aby klikli na odkaz ve tvém bio, kde najdou více informací o tvém produktu nebo aktuální nabídce.

MasterClass

Online kurz vedený expertem v dané oblasti, který ti umožní se učit nové dovednosti nebo získat znalosti.

Příklad: Natočíš online kurz o budování osobní značky, kde sdílíš své nejlepší postupy a zkušenosti s podnikatelkami.



MasterMind

Skupina lidí s podobnými cíli nebo zájmy, kteří se pravidelně setkávají (často online) k výměně zkušeností, podpory a učení se od sebe navzájem.

Příklad: Založíš skupinu podnikatelek, které se pravidelně setkávají (osobně nebo online), aby si navzájem radily, podporovaly se a sdílely své podnikatelské úspěchy a výzvy.

Micro-Influencer

Osoba s menším, ale velmi angažovaným počtem sledujících na sociálních sítích. Micro-influenceri mají často mezi 1 000 až 100 000 sledujícími a jsou často považováni za důvěryhodné zdroje v konkrétních cílových skupinách.

Příklad: Spolupracuješ s Instagramovou influencerkou s 5000 sledujícími, která má velmi angažované publikum.

Niche Market (Cílovka)

Specifický segment trhu, na který se zaměřuje určitý produkt nebo služba. Niche market je často charakterizován unikátními potřebami nebo preferencemi, které nejsou dostatečně uspokojeny širším trhem.

Příklad: Zaměřuješ se na specifický trh žen podnikatelek ve věku 25-40 let, které chtějí rozjet vlastní online byznys.



Omnichannel Marketing

Přístup k marketingu, který využívá více kanálů (např. online, offline, sociální sítě, e-mail, mobilní aplikace) k zajištění konzistentního a bezproblémového zážitku pro zákazníky na všech dotykových bodech.

Příklad: Tvůj marketing zahrnuje kombinaci e-mailů, sociálních sítí, webových stránek a offline akcí, aby zákaznice měly konzistentní zážitek.

Opt-in

Proces, kdy zákazník souhlasí s přijímáním marketingových zpráv, obvykle tím, že zaškrtně políčko nebo vyplní formulář. Je to důležitá součást e-mail marketingu, která zajišťuje, že oslovujete pouze ty, kdo mají zájem.

Příklad: Formulář na tvém webu, kde zákaznice zadá svůj e-mail, aby mohla dostávat tvůj newsletter.

PPC (Pay-Per-Click)

Model internetové reklamy, kde inzerent platí poplatek pokaždé, když někdo klikne na jeho reklamu. Nejznámější formou PPC je reklama ve vyhledávačích, jako je Google Ads.

Příklad: Reklama na Google, kde platíš pokaždé, když někdo klikne na tvůj odkaz.



Responsive Design

Webový design, který zajišťuje, že webové stránky vypadají a fungují správně na všech typech zařízení, včetně počítačů, tabletů a mobilních telefonů. Je klíčový pro uživatelskou přívětivost a SEO.

Příklad: Tvůj web vypadá skvěle a funguje dobře jak na mobilním telefonu, tak na počítači.

Retargeting

Webový design, který zajišťuje, že webové stránky vypadají a fungují správně na všech typech zařízení, včetně počítačů, tabletů a mobilních telefonů. Je klíčový pro uživatelskou přívětivost a SEO.

Příklad: Tvůj web vypadá skvěle a funguje dobře jak na mobilním telefonu, tak na počítači.

ROI (Return on Investment)

Návratnost investice je metrika, která měří efektivitu investice. V marketingu to znamená, jaký zisk přinesla investice do určité kampaně nebo projektu v porovnání s vynaloženými náklady.

Příklad: Investuješ 10 000 Kč do reklamní kampaně a získáš 30 000 Kč v prodejkách, což znamená ROI 200%.



Rychlé sítě

Sociální sítě zaměřené na rychlé a krátkodobé interakce, jako jsou Twitter, Instagram Stories nebo TikTok, kde obsah rychle přichází a odchází.

Příklad: Platformy jako Instagram, Facebook, TikTok nebo Twitter, kde je obsah rychle sdílen a konzumován, ale také rychle zapomenut.

SaaS (Software as a Service)

Typ softwarového modelu, kde je software poskytován prostřednictvím internetu jako služba, často na základě předplatného. Uživatelé přistupují k aplikaci přes webový prohlížeč, aniž by museli instalovat software na svůj počítač.

Příklad: Používáš aplikaci jako Canva, která je dostupná online a za měsíční poplatek, nebo komplexní AI nástroj Obsahový Guru.

Sales Pipeline (Prodejní Pipeline)

Proces nebo postup, který popisuje fáze, kterými potenciální zákazníci procházejí od počátečního kontaktu až po uzavření prodeje. Pipeline pomáhá sledovat a optimalizovat prodejní aktivity.

Příklad: Mapa procesu, kterou používáš k sledování, v jaké fázi prodeje se nachází každá z tvých potenciálních zákazníků.



SEO (Search Engine Optimization)

Optimalizace pro vyhledávače je proces zlepšování viditelnosti vašeho webu v neplacených výsledcích vyhledávačů, jako je Google. SEO zahrnuje různé techniky, jako je používání klíčových slov, tvorba kvalitního obsahu a získávání zpětných odkazů.

Příklad: Optimalizace blogového příspěvku tak, aby se zobrazoval na první stránce výsledků Google na klíčové slovo "jak začít podnikat online."

Social Proof (Sociální Důkaz)

Psychologický fenomén, kdy lidé přebírají chování ostatních v pokusu se rozhodnout, jak se chovat. V online marketingu to může být v podobě recenzí, doporučení, nebo počtu lajků a sdílení, které ukazují, že ostatní uživatelé mají zájem o vaše produkty.

Příklad: Zákaznické recenze a doporučení na tvé produktové stránce.

Squeeze Page

Jednoduchá webová stránka, která slouží k získání kontaktních informací návštěvníků, často prostřednictvím formuláře na výměnu za hodnotný obsah, jako je e-book nebo newsletter.

Příklad: Jednoduchá webová stránka, která obsahuje pouze formulář na sběr e-mailových adres výměnou za přístup k exkluzivnímu obsahu.



Swipe Up

Funkce na Instagramu, která umožňuje přímé prokliky z příběhů, obvykle dostupná pro účty s více než 10 000 sledujícími.

Příklad: Ve svém Instagram Stories přidáš funkci „Swipe Up“, která umožňuje sledujícím přejít přímo na tvou prodejní stránku, pokud máš více než 10 000 sledujících.

User-Generated Content (UGC)

Obsah vytvářený uživateli nebo zákazníky místo značky samotné. UGC může zahrnovat recenze, fotografie, videa nebo příspěvky na sociálních sítích a často je využíván pro autenticitu a budování komunity kolem značky.

Příklad: Zákaznice sdílí na svém Instagramu fotku, kde používá tvůj produkt, a ty ji repostneš na svůj účet.

USP (Unique Selling Proposition)

Unikátní prodejní nabídka je to, co odlišuje váš produkt nebo službu od konkurence. Může to být specifická vlastnost, cena, kvalita nebo jiné výhody, které váš produkt nabízí a konkurence ne.

Příklad: Tvůj kurz je jediný na trhu, který nabízí živé koučování jako součást programu.



UX/UI Design

UX (User Experience) design se zaměřuje na vytvoření pozitivního a intuitivního zážitku pro uživatele při interakci s produktem nebo službou. UI (User Interface) design se soustředí na vizuální a interakční prvky uživatelského rozhraní.

Příklad: Tvůj web má přehledné menu a je snadno použitelný, což zvyšuje spokojenost návštěvnic.

Viral Marketing

Marketingová strategie, která se snaží o rychlé a rozsáhlé šíření zpráv, obsahu nebo kampaní prostřednictvím sociálních sítí a jiných digitálních kanálů. Cílem je dosáhnout co největšího povědomí a angažovanosti s minimálními náklady.

Příklad: Video, které tvé zákaznice začnou hromadně sdílet na sociálních sítích, čímž se rychle rozšíří.

Webinář

Online seminář nebo prezentace, které se účastníci mohou zúčastnit prostřednictvím internetu. Webináře jsou často používány k prezentaci produktů, vzdělávání zákazníků nebo generování leadů.

Příklad: Živé online školení, kde sdílíš své know-how s účastnicemi a odpovídáš na jejich otázky.



Whitelist

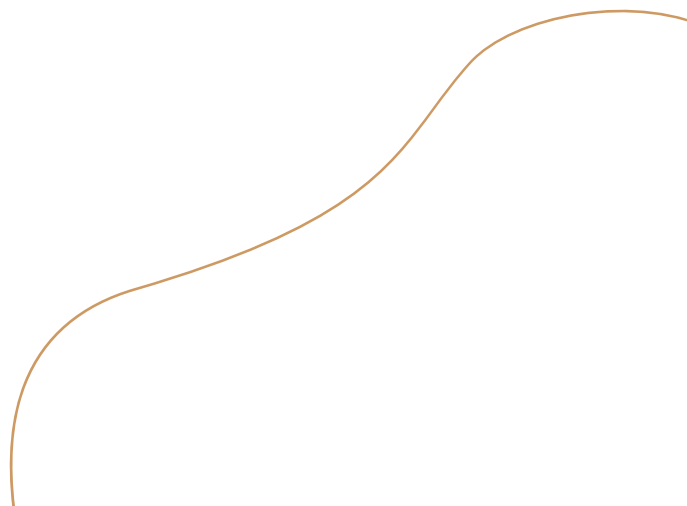
Seznam e-mailových adres nebo domén, které jsou považovány za důvěryhodné a jsou povoleny projít spam filtry. Whitelistování zvyšuje šance, že vaše e-maily dorazí do doručené pošty příjemců.

Příklad: E-mailové adresy tvých zákazníků jsou přidány na seznam důvěryhodných adres, takže tvé marketingové e-maily vždy dorazí do jejich hlavní schránky.

Živé vysílání

Živé video vysílání, které umožňuje přímou interakci s tvým publikem v reálném čase, například přes platformy jako YouTube, Facebook Live nebo Instagram Live.

Příklad: Každý týden pořádáš na Instagramu živé vysílání, kde odpovídáš na otázky svých sledujících a diskutuješ o aktuálních tématech v podnikání.





a to je vše

Doufám, že ti tento slovníček přinesl nejen lepší porozumění, ale také inspiraci pro další kroky v tvém podnikání. Pokud toužíš posunout své online podnikání na vyšší úroveň, ráda tě pozvu do komplexního AI nástroje Obsahový Guru. Tento nástroj je navržen tak, aby ti usnadnil tvorbu obsahu, plánování marketingových kampaní a správu všech klíčových aktivit v online prostředí. Přidej se k nám a zjisti, jak můžeš s pomocí umělé inteligence zefektivnit svou práci a dosáhnout svých podnikatelských cílů rychleji a snadněji!

Těším se na tvůj úspěch!

Nonna

[mentorka podnikani AI](#)