

Co je sales funnel

Poslední aktualizace 28 dubna, 2025

Sales funnel, česky *prodejní trychtýř*, je model, který popisuje cestu potenciálního zákazníka od prvního kontaktu s vaší značkou až po samotný nákup. Tento trychtýř pomáhá pochopit a optimalizovat jednotlivé fáze rozhodovacího procesu, kterým lidé procházejí, než se stanou zákazníky.

Název „trychtýř“ vychází z toho, že na začátku procesu je velké množství lidí (například návštěvníci webu), ale jen část z nich skutečně projde celou cestou až k nákupu. Cílem sales funnelu je tuto cestu co nejvíce zefektivnit – oslovit správné lidi, budovat důvěru a motivovat je k akci.

Typické fáze sales funnelu

Fáze	Popis
1. Awareness (povědomí)	Uživatel se poprvé dozví o značce, produktu nebo službě.
2. Interest (zájem)	Zákazník aktivně zvažuje, zda ho nabídka zajímá. Prohlíží web, čte články.
3. Consideration (rozhodování)	Zákazník porovnává řešení, zvažuje přínosy a hodnotu. Možná se přihlásí k odběru newsletteru .
4. Intent (záměr)	Už ví, že má o nabídku zájem. Sleduje ceny, recenze, vybírá variantu.
5. Purchase (nákup)	Provádí nákup nebo objednávku služby.
6. Loyalty (věrnost)	Po nákupu může následovat další fáze – opakovaný nákup, doporučení, loajalita.

Sales funnel se používá především v marketingu a prodeji – pomáhá nastavit obsah, kampaně a nástroje tak, aby odpovídaly aktuální fázi, ve které se potenciální zákazník nachází.

Zatímco v horní části trychtýře (např. fáze *Awareness*) má smysl oslovovat širší publikum pomocí reklam nebo blogových článků, ve střední části (*Consideration*, *Intent*) už je efektivní pracovat s [e-mail marketingem](#), [případovými studiemi](#) nebo [retargetingem](#).

Dobře navržený sales funnel je klíčový pro efektivní digitální strategii – umožňuje personalizovat komunikaci, měřit výkon kampaní a zvyšovat [konverzní poměr](#).