Marina Ionescu



8 MECANISME CARE INFLUENȚEAZĂ DECIZIA DE CUMPĂRARE



Sunt Marina Ionescu Sales Coach & Trainer și lucrez cu oameni de vânzări și antreprenori care vor rezultate măsurabile, nu doar motivație de moment.

Acest material este rezultatul experienței mele de peste 11 ani, în care am ajutat 1.257 de antreprenori și agenți de vânzări, consultanți și coachi să atingă rezultate excelente în vânzări.

Ce să spui și ce să întrebi pentru a transforma interesul în decizie, fără presiune.

Ghid practic
Material de lucru**: Masterclass Formula Vânzărilor de Succes**

www.marinaionescu.net

1 – INTERESUL nu înseamnă DECIZIE

Faptul că o persoană cere informații nu dovedește că este pregătită să cumpere.

Interesul este un început, nu o confirmare.

Nu căuta încă o replică magică. Înțelege mai întâi mecanismul.

01

Sales FUNDAMENTALS

GREȘEALA FRECVENTĂ

Să confunzi entuziasmul cu intenția de cumpărare și să prezinți oferta prea devreme.

ABORDAREA UTILĂ

Verifică motivul interesului, ce vrea persoana să schimbe și cât de importantă este decizia acum.

CE SĂ FACI?

Învață să identifici diferența dintre un client curios, unul care explorează posibilități și unul care are o intenție reală de cumpărare.

Pentru aceasta, este important să descoperi contextul în care a apărut interesul, motivația și gradul de pregătire pentru schimbare.

Nu presupune. Clarifică.

@marina_m_ionescu
www.marinaionescu.net

Sales FUNDAMENTALS

2 – NEVOIA nu este întotdeauna MOTIVAȚIA

Clientul poate recunoaște o problemă, dar să nu considere suficient de important să o rezolve acum.

Nu căuta încă o replică magică. Înțelege mai întâi mecanismul.

02

Sales
FUNDAMENTALS

GREȘEALA FRECVENTĂ

Să presupui că existența nevoii creează automat urgență.

ABORDAREA UTILĂ

Explorează efectele situației actuale și importanța schimbării, fără să dramatizezi sau să forțezi.

CE SĂ FACI?

Învață să faci diferența dintre nevoia declarată și motivația care poate determina o persoană să acționeze.

Explorează importanța schimbării din perspectiva clientului, fără să creezi artificial urgență.

Scopul este să înțelegi cât de mult contează rezolvarea problemei pentru acea persoană.

@marina_m_ionescu
www.marinaionescu.net

3 – ÎNCREDEREA ÎNCEPE ÎNAINTE DE PREZENTAREA OFERTEI

Clientul evaluează atât soluția, cât și relația cu tine, credibilitatea promisiunii și propria capacitate de a obține rezultatul.

Nu căuta încă o replică magică. Înțelege mai întâi mecanismul.

03

GREȘEALA FRECVENTĂ

Să compensezi lipsa de încredere cu și mai multe argumente de vânzare.

ABORDAREA UTILĂ

Ascultă, clarifică și verifică dacă soluția este potrivită; explică realist ce poți și ce nu poți promite.

CE SĂ FACI?

Învață să recunoști semnalele de neîncredere și să identifici dacă rezervele se referă la produs, la rezultate, la tine sau la capacitatea clientului de a implementa soluția.

Adaptează explicațiile și dovezile la incertitudinea reală, fără promisiuni exagerate.

@marina_m_ionescu
www.marinaionescu.net

4 – VALOAREA este ceea ce CLIENTUL PERCEPE

O caracteristică are valoare doar când persoana o poate lega de un rezultat relevant pentru ea.

Nu căuta încă o replică magică. Înțelege mai întâi mecanismul.

04

Sales
FUNDAMENTALS

GREȘEALA FRECVENTĂ

Să enumeri beneficii generice fără să le conectezi la situația concretă a clientului.

ABORDAREA UTILĂ

Leagă fiecare beneficiu important de un obiectiv exprimat de client și verifică dacă legătura este clară.

CE SĂ FACI?

Învață să descoperi ce înseamnă valoare pentru fiecare client și să adaptezi prezentarea în funcție de rezultatul pe care acesta își dorește să îl obțină.

Nu porni de la presupunerea că toți clienții apreciază aceleași beneficii.

@marina_m_ionescu
www.marinaionescu.net

5 – EMOȚIILE influențează DECIZIA

Dincolo de criterii raționale, oamenii iau în calcul siguranța, teama de greșeală, speranța și consecințele personale.

Nu căuta încă o replică magică. Înțelege mai întâi mecanismul.

05

Sales
FUNDAMENTALS

GREȘEALA FRECVENTĂ

Să răspunzi doar cu date tehnice, ignorând ceea ce simte sau riscă persoana.

ABORDAREA UTILĂ

Ascultă emoțiile exprimate și discută-le cu respect, fără să exploatezi temeri.

CE SĂ FACI?

Învață să recunoști emoțiile care pot influența decizia și să creezi un spațiu de conversație în care clientul să le poată exprima fără să se simtă judecat sau presat.

Nu presupune că știi ce simte. Ascultă și clarifică.

@marina_m_ionescu
www.marinaionescu.net

6– OBIECȚIILE nu spun mereu POVESTEA COMPLETĂ

„E prea scump” sau „Mă mai gândesc” pot exprima motive diferite: neclaritate, prioritate scăzută, risc sau lipsă de potrivire.

Nu căuta încă o replică magică. Înțelege mai întâi mecanismul.

06

Sales FUNDAMENTALS

GREȘEALA FRECVENTĂ

Să răspunzi automat cu reduceri sau argumente, fără să afli ce înseamnă obiecția pentru client.

ABORDAREA UTILĂ

Cere permisiunea de a clarifica și explorează obiecția înainte să propui un răspuns.

CE SĂ FACI?

Învață să explorezi obiecțiile fără confruntare, să identifici ce anume îl împiedică pe client să avanseze și să alegi răspunsul potrivit cauzei reale.

Nu transforma obiecția într-o luptă de argumente.

@marina_m_ionescu
www.marinaionescu.net

7– PREA MULTE INFORMAȚII îngreunează DECIZIA

Un volum mare de explicații poate ascunde exact informația importantă pentru acel client.

Nu căuta încă o replică magică. Înțelege mai întâi mecanismul.

07

Sales FUNDAMENTALS

GREȘEALA FRECVENTĂ

Să prezinți toate caracteristicile, studiile de caz și opțiunile dintr-o singură dată.

ABORDAREA UTILĂ

Prioritizează ceea ce răspunde nevoii exprimate. Oferă detalii suplimentare numai unde sunt utile.

CE SĂ FACI?

Învață să identifici informațiile de care clientul are cu adevărat nevoie pentru a evalua oferta. Adaptează nivelul de detaliu și verifică dacă explicațiile tale aduc claritate, nu confuzie.

Claritatea poate avea mai multă valoare decât cantitatea de informații oferite.

@marina_m_ionescu
www.marinaionescu.net

8– DECIZIA se construiește, nu se FORȚEAZĂ

Un „DA” valoros apare când clientul înțelege opțiunea, condițiile și consecințele și poate alege liber.

Nu căuta încă o replică magică. Înțelege mai întâi mecanismul.

08

Sales
FUNDAMENTALS

GREȘEALA FRECVENTĂ

Să confunzi închiderea cu presiunea sau să eviți complet întrebarea despre pasul următor.

ABORDAREA UTILĂ

Recapitulează ce contează pentru client, clarifică rezervele și invită-l să exprime o decizie sau următorul pas.

CE SĂ FACI?

Învață să recunoști momentul potrivit pentru a discuta despre decizie și să folosești întrebări care aduc claritate asupra următorului pas.

Respectă ritmul și autonomia clientului, fără să lași conversația într-o ambiguitate inutilă.

@marina_m_ionescu
www.marinaionescu.net

Sales FUNDAMENTALS

Acum știi ce poate influența decizia clientului.

Ai descoperit 8 mecanisme care pot face diferența dintre o conversație care se încheie cu o decizie și una care rămâne suspendată într-un nesfârșit „Mă mai gândesc".
Poate ai recunoscut câteva greșeli pe care le faci și tu.
Poate ți-ai dat seama că te grăbești să prezinți produsul, că presupui prea repede ce își dorește clientul sau că oferi soluții înainte să înțelegi problema.

Dar conștientizarea, deși importantă, este doar primul pas.

Adevărata provocare începe atunci când te afli în fața clientului.
Atunci când trebuie să alegi ce întrebare să pui.

Când trebuie să înțelegi ce se ascunde în spatele unui răspuns vag.

@marina_m_ionescu
www.marinaionescu.net

Sales FUNDAMENTALS

Când clientul ezită, iar tu trebuie să decizi dacă este momentul să explici, să asculți sau să aprofundezi.

Și tocmai aici intervine una dintre cele mai importante abilități în vânzări:

ARTA DE A PUNE ÎNTREBĂRI ÎN VÂNZĂRI

Cum pui întrebările potrivite fără să transformi conversația într-un interogatoriu?
Exact asta vom lucra împreună în workshopul de 3 ore pe care il organizez pe 24.11.2026 de la ora 18.30

3 ore de training, exerciții practice și aplicare în conversații reale de vânzare.

👉 **LINK ÎNSCRIERE WORKSHOP →**

@marina_m_ionescu
www.marinaionescu.net

Sales FUNDAMENTALS

Ce vei învăța?

1. Vei învăța să formulezi întrebări relevante, în așa fel încât să treci dincolo de răspunsurile superficiale și să înțelegi mai bine situația clientului.
2. Vei învăța să identifici motivațiile și criteriile de decizie, în așa fel încât să descoperi ce contează cu adevărat pentru client înainte de a-i prezenta soluția.
3. Vei învăța să folosești întrebările pentru a clarifica obiecțiile, în așa fel încât să descoperi ce se ascunde în spatele unui „E prea scump" sau „Mă mai gândesc".
4. Vei învăța să alegi întrebarea potrivită la momentul potrivit, în așa fel încât fiecare întrebare să contribuie la progresul conversației și să nu creeze rezistență sau confuzie.
5. Vei învăța să conduci conversația prin întrebări, fără presiune, în așa fel încât clientul să se simtă ascultat, înțeles și pregătit să ia o decizie asumată.

REZERVĂ-ȚI LOCUL LA WORKSHOP >>> LINK

@marina_m_ionescu
www.marinaionescu.net