WORKBOOK VIP • SESIUNEA 3 01

RADIOGRAFIA UNEI VÂNZĂRI REUȘITE

De la primul contact la clientul fidel. Formula și ordinea unei vânzări care funcționează.

UN SINGUR SCOP

Să identifici, într-o situație reală, unde s-a întrerupt procesul și ce informație ai nevoie să verifici.

Numele meu / Afacerea mea:

Produsul sau serviciul pe care îl vând:

Ce conversație sau oportunitate voi analiza în această seară?

15 OCTOMBRIE 2026 • LIVE + FEEDBACK VIP

Folosește fișele pentru o situație reală. Nu completa golurile cu presupuneri.

GHID DE LUCRU 02

Cum folosesc workbookul?

Acesta însoțește documentul final al Masterclassului 3; exercițiul central este Radiografia unei vânzări pierdute.

CE URMĂRIM ÎN ACEASTĂ SEARĂ

1. Dincolo de ultimul refuz

De ce ultimul lucru care nu a funcționat nu este neapărat prima greșeală.

2. Traseul clientului

Vizibilitate → interes → încredere → conversație → decizie → fidelizare.

3. Cei șapte pași ai conversației

Conectează, descoperă, aprofundează, clarifică, construiește valoarea, prezintă, ghidează decizia.

4. Radiografia unei vânzări

Ce știu sigur? Ce presupun? Ce informație îmi lipsește?

5. Feedback și următorul pas

Descoperă ce anume merită verificat și îmbunătățit.

REGULA PRINCIPALĂ

Separă faptele de interpretări. Un „NU ȘTIU” sincer este mai util decât o explicație inventată.

ACTUL I • CAUZA ȘI SIMPTOMUL
03

Unde s-a pierdut, de fapt, vânzarea?

Documentul pornește de la ideea: ultimul lucru care nu a funcționat nu este neapărat prima greșeală.

Care a fost ultimul răspuns sau comportament al clientului?

Ce explicație mi-am dat eu imediat după aceea?

Unde ar fi putut exista o informație lipsă înainte de acel moment?

www.marinaionescu.net

ACTUL II • DRUMUL CLIENTULUI 04

Din vizibilitate spre decizie

Vizibilitatea nu înseamnă automat interes. Interesul nu înseamnă automat încredere sau cumpărare.

TRASEUL CLIENTULUI

VIZIBILITATE

Ce a văzut și a înțeles persoana despre ofertă?

INTERES

Ce anume a determinat-o să ceară informații?

ÎNCREDERE

Ce i-a permis să evalueze credibilitatea ofertei?

CONVERSAȚIE

Ce am aflat despre nevoia și criteriile sale?

DECIZIE

Ce pas concret a urmat?

FIDELIZARE

Dacă a cumpărat, ce s-a întâmplat după?

În ce moment observ cel mai des oportunități pierdute?

ACTUL III • HARTA CONVERSAȚIEI 05

Cei 7 pași ai unei conversații reușite

Aceasta este o hartă de analiză, nu un scenariu rigid de memorat.

1. CONECTEAZĂ
Am creat cadrul unei conversații clare și deschise?

2. DESCOPERĂ
Am înțeles de ce caută o soluție acum?

3. APROFUNDEAZĂ
Am aflat importanța problemei și consecințele ei?

4. CLARIFICĂ
Știu criteriile deciziei și obstacolele?

5. CONSTRUIEȘTE VALOAREA
Am legat beneficiile de ce contează pentru client?

6. PREZINTĂ OFERTA
Am recomandat clar soluția, prețul și condițiile?

7. GHIDEAZĂ DECIZIA
Am stabilit un pas următor clar?

Care este etapa pe care tind să o sar sau să o grăbesc?

www.marinaionescu.net

ACTUL III • ÎNTREBĂRI ȘI CLARIFICARE 06

Ce întrebare vine înaintea ofertei?

Alege întrebări potrivite situației: nu este nevoie să le folosești pe toate.

DESCOPERĂ

Ce anume v-a determinat să căutați o soluție în această perioadă?

APROFUNDEAZĂ

Cum vă afectează concret această situație?

CLARIFICĂ

Ce alte lucruri vor conta când veți decide ce soluție să alegeți?

GHIDEAZĂ DECIZIA

Ce anume ar mai trebui clarificat pentru a lua o decizie?

Care dintre aceste întrebări aș fi avut nevoie să o pun în conversația mea?

www.marianionescu.net

ACTUL IV • DUPĂ OFERTĂ
07

Ce urmează după „Mă mai gândesc”?

Nu presupune că toate ezitările au aceeași cauză; clarifică ce mai are clientul de evaluat.

3 REACȚII POSIBILE LA OFERTĂ

„Este peste bugetul meu.”

Ce aș avea nevoie să clarific înainte să răspund?

„Trebuie să fac niște calcule.”

Ce aș avea nevoie să clarific înainte să răspund?

„Nu sunt sigur că merită.”

Ce aș avea nevoie să clarific înainte să răspund?

FOLLOW-UP CU SCOP

Ce informație am promis? Când am stabilit să revenim? Ce întrebare a rămas deschisă?

ACTUL V • EXERCIȚIUL CENTRAL
08

Radiografia unei vânzări pierdute

Alege o conversație reală care nu s-a transformat într-o cumpărare.

Cine era clientul și ce produs sau serviciu analiza?

Ce își dorea? Ce a spus efectiv despre situația sa?

Ce ați discutat și ce ofertă ai prezentat?

Care a fost ultimul lucru care s-a întâmplat?

www.marinaionescu.net

ACTUL V • EXERCIȚIUL CENTRAL

09

Ce știu? Ce presupun? Ce nu știu?

Acestea sunt cele trei întrebări de diagnostic din scenariul final.

COMPLETEAZĂ PENTRU ACEEAȘI VÂNZARE

CE ȘTIU SIGUR	CE PRESUPUN	CE INFORMAȚIE ÎMI LIPSEȘTE

Care presupunere ar putea fi verificată printr-o întrebare potrivită?

Cele 8 componente ale procesului

Pentru fiecare etapă: DA / NU / NU ȘTIU. Marchează doar ceea ce poți susține din situația analizată.

DE LA VIZIBILITATE LA FIDELIZARE

1. Vizibilitate
Clientul înțelesese ce ofer și cui i se potrivește?

☐ DA ☐ NU ☐ NU ȘTIU

2. Încredere
Putea exprima întrebări și rezerve?

☐ DA ☐ NU ☐ NU ȘTIU

3. Ofertă
Soluția răspundea nevoii descoperite?

☐ DA ☐ NU ☐ NU ȘTIU

4. Conversație
Am înțeles nevoia, motivația și criteriile sale?

☐ DA ☐ NU ☐ NU ȘTIU

5. Decizie
Știam cine decide și după ce criterii?

☐ DA ☐ NU ☐ NU ȘTIU

6. Închidere
Am clarificat acordul sau obstacolul?

☐ DA ☐ NU ☐ NU ȘTIU

7. Follow-up
Știam când și de ce să revenim?

☐ DA ☐ NU ☐ NU ȘTIU

8. Fidelizare
Dacă a cumpărat, ce a urmat după?

☐ DA ☐ NU ☐ NU ȘTIU

FEEDBACK VIP • APLICARE

Fișa mea de feedback personal

Folosește această fișă pentru cele 30 de minute suplimentare de lucru și feedback VIP.

Ce vânzare sau ce situație concretă am ales?

Ce cauză credeam că a dus la pierderea vânzării?

Ce informație lipsă sau ce presupunere am identificat prin feedback?

Ce voi verifica ori voi face diferit la următoarea oportunitate?

CONCLUZII • IMPLEMENTARE

Un pas concret după radiografie

Scopul nu este încă o listă de tactici, ci o acțiune verificabilă într-o conversație reală.

Care este descoperirea mea cea mai importantă din această seară?

Ce voi face diferit în următoarea conversație?

Până când? Cum îmi voi da seama că am aplicat?

LEGĂTURA DINTRE CELE TREI SERI

Ziua 1: psihologia clientului. Ziua 2: valoarea percepută. Ziua 3: ordinea etapelor și diagnosticarea întregului proces.

Notițe suplimentare:

www.marinaionescu.net