


Adrian (M.) Cioroianu
(coordonator)

Vânzări 2.0
Punct și de la capăt

Lucrări apărute la 
sub coordonarea lui **Adrian Cioroianu**:

- ➔ **Adrian Cioroianu**, *Aproape totul despre managementul echipei de vânzări*
- ➔ **Adrian Cioroianu**, *Vând orice, oricând, oricui. Ce contează cu adevărat în vânzările B2B?*
- ➔ **Adrian Cioroianu**, *Povești nemuritoare de vânzări. Trăite și povestite de vânzători din România*
- ➔ **Loredana Elena Egri**, *Învață vânzări din greșelile mele*
- ➔ **Sorin Călinescu**, *De la vânzător la om de vânzări*

Alte lucrări:

- ✓ **Gabriela Berteanu**, *Vinovați fără vină. Când [viața] nu e totuna cu [la vie]*
- ✓ **Catrinel Zaharia**, *Totul pentru femei. Mic tratat de regăsire*
- ✓ **John E. Pepper Jr.**, *Ceea ce contează cu adevărat. Servicii, leadership, oameni și valori*
- ✓ **Mirela Retegan**, *Pledoarie pentru MAMI și TATI*
- ✓ **Elena Grecu, Andreea Rusu, Andreea Țigău**, *Cum să comunici corect sau Dreptul publicității*
- ✓ **Alin Popescu**, *Totul pe o ciocolată cu rom sau cum am trăit povestea fondării AvocatNet.ro*
- ✓ **Costel Istrate**, *Contabilitatea nu-i doar pentru contabili*
- ✓ **Cristian Lică**, *Lumea în buzunar. Antreprenor, colecționez vize*
- ✓ **Cosmin Baiu**, *Analiza financiară pe înțelesul tuturor*
- ✓ **Cătălin Olteanu-Heel**, *Pierdut la traducere*
- ✓ **Alina Bârgăoanu**, *#Fakenews. Noua cursă a înarmării*
- ✓ **Deceneus**, *Infern corporatist*
- ✓ **Cosmin Baiu**, *Analiza financiară pe înțelesul tuturor, volumul II*
- ✓ **Vlad Mocanu** (coord.), *Eșecuri de succes ale antreprenorilor români*

Adrian (M.) Cioroianu
(coordonator)

Vânzări 2.0

Punct și de la capăt

Cuprins

– Stropul de motivație –	7
Introducere	11
Ambasadori Corporate	14
Contribuitori 2.0	17
Adrian M. Cioroianu.....	17
Cristian Cojocaru.....	17
Iulia Teodorescu.....	18
Andrei Băjenaru	19
Sorin Călinescu	19
Viorica Păcurar	20
Cătălin Priscorniță.....	20
Remus Bălan	21
Teodor Dima	22
Adrian Dragomir.....	23
Marian Ene.....	24
Gabriel Ghinea.....	25
Călin Iepure	25
Mihai Guran.....	27
Daniel Alucăi	27
Alin Gherman.....	28
Mihai Mihalcea	29
Laurențiu Giușcă	29
Robert Dorobanțu.....	30
Viorel Tașcău	30
16 martie 2020. Punct de inflexiune	33
Ziua 1, Luna 1 din era AC (<i>After Coronavirus</i>)	57
Solve et Coagula	72
Adaptabilitatea e noua inteligență a echipelor de vânzări și a companiilor	94
Sharing is caring.....	110

Nu criza trece. Noi trecem prin criză.....	127
Despre viață, vânzări și antreprenoriat în imobiliare.....	152
Circumstanțele, Principiile și Vânzătorii	176
COVID-19 vs CoVi(n)d 20... ce am făcut și ce putem face să ne adaptăm vremurilor ce vor urma	196
Restart	215
Băiatul de la credite	235
Ai, n-ai mingea, tragi la poartă.....	243
„Jocul Vânzării” ... în flăcări.....	252
Vânzătorii – între percepție, realitate și adaptare continuă	270
Blândețe.....	286
Ce se schimbă și ce nu se schimbă.....	292
Clienți din LinkedIn	
Vânzări fără întâlniri la birou!.....	306
Poveste din pandemie – Vânzare în criză!	321
Punct. Și de la capăt	330
Coronavirusul și Doamna Grasă.....	341
Vânzări 2.0. Punct și de la capăt – Final	359
Mulțumiri susținătorilor	
#TeSusțin.ro.....	362

– Stropul de motivație –

Every day, you reinvent yourself. You're always in motion. But you decide every day: forward or backward.

James Altucher

— • —

Panta Rhei – totul curge.

Proverb grecesc

— • —

Questions you cannot answer are usually far better for you than answers you cannot question.

Yuval Noah Harari

— • —

*Viitorul și trecutul/ Sunt a filei două fețe,/ Vede-n capăt începutul/
Cine știe să le-nvețe (...)*

Fragment din *Glossa*, Mihai Eminescu

— • —

Toată lumea are un plan până primește un pumn în figură.

Mike Tyson

— • —

Nu cei mai puternici sau cei mai inteligenți supraviețuiesc, ci cei care se adaptează cel mai ușor.

Darwin

— • —

To make mistakes is human. To own your mistakes is divine. Nothing elevates a person higher than quickly admitting and taking personal responsibility for the mistakes you make and then fixing them fairly. If you mess up, fess up. It's astounding how powerful this ownership is.

CEO Wired

— • —

Timpul este cu adevărat singurul capital pe care fiecare om îl are și singurul lucru pe care omul nu-și permite să-l piardă.

Thomas Edison

— • —

Poartă-te ca și cum timpul tău ar valora 1000\$/ora. Ai petrece 5 ore făcând ore suplimentare gratis? Ai irosi o oră fiind supărat?

Bruce Lee

— • —

You can have everything in life you want, if you will just help other people get what they want.

Zig Zaglar

— • —

Timpul nu trece niciodată. Noi trecem prin timp.

Garabet Ibrăileanu

— • —

Viața este 10% ceea ce mi se întâmplă și 90% cum reacționez.

John C. Maxwell

— • —

Principiile sunt adevăruri fundamentale care servesc drept fundație pentru comportamentul care îți aduce ce îți dorești în viață.

Ray Dalio

— • —

Atitudinea îți determină altitudinea!

John C. Maxwell

— • —

Contextul în care stai îți dă performanța pe care o ai.

Citat anonim

— • —

Feedback-ul este micul dejun al campionilor.

Ken Blanchard

— • —

Un cal! Un cal! Regatul meu pentru un cal!

Richard al III-lea

— • —

Fără o strategie adecvată, succesul poate să întârzie sau să nu vină.

Gary Vaynerchuk

— • —

Chiar dacă nu e cel mai bun context în care să aplicăm, la nivel global, companiile își vor da seama că sunt foarte multe avantaje ale lucrătorului remote, de la costuri și sănătatea oamenilor până la eficiența și randamentul angajaților.

Claudiu Murariu

— • —

Nu e gata până nu cântă doamna cea grasă.

— • —

Nu e gata până nu e gata!

Yogi Berra

#impreunasuntemputernici
#siastavatrece
#TotulVaFiBine
#workfromhome
#remotesales
#Vanzari2.0.PunctSiDeLaCapat

Introducere

Într-o situație fluidă și volatilă, cum este cea prin care trecem cu toții în vremuri de pandemie, nimic nu mai pare că ar putea fi un punct de sprijin solid, neclintit pentru un vânzător. Tot ce a învățat până acum pare a nu mai avea relevanță. Are senzația (reală, da) că toți clienții se uită la el cu alți ochi, că se comportă ca și cum l-ar vedea prima oară, că au nevoi noi de care el habar nu are de unde au răsărit. Unde sunt clienții de altădată? Ce portal nemaivăzut i-a înghițit? Unde este mașina timpului cu care s-ar putea întoarce în minunatele vremuri de odinioară? Toate acestea au ajuns în *Neverland*, e sigur!

Cartea pe care o țineți în mână se numește *Vânzări 2.0. Punct și de la capăt*, iar titlul cărții spune tot. Situația este de așa natură încât trebuie să punem punct la felul în care lucram până acum și să o luăm de la început. De la început, dar de la alt început, cu o nouă abordare. Nu cu *Vânzări 1.13.14*, nu! Cu *Vânzări 2.0*!

Întrebare. A făcut cineva cursuri de *Vânzări 2.0*? Nu? Nimeni? Nici eu, mulțumesc. Nici Adrian Cioroianu și niciunul dintre autorii care au scris în această carte. Cu toate acestea, fiecare capitol al cărții este o ilustrare a acestei noi abordări, o abordare bazată totuși pe cunoștințele teoretice și pe experiența practică pe care autorii cărții le-au acumulat până acum și pe care le-au folosit și în vechiul sistem. Este ca atunci când desfaci în bucăți un autobuz LEGO, construit după schița producătorului, și cu aceleași piese construiești un avion după o schiță care este doar în mintea ta. În vremuri complicate, mereu schimbătoare, nesigure și neclare suntem mereu puși în situația de a construi avioane din autobuze. Singuri, fiindcă nu are cine să ne învețe.

Vânzări 2.0 este despre **Creativitate**. Ca să putem spune despre soluțiile pe care le găsim pentru clienții noștri că sunt creative, ele trebuie să îndeplinească câteva criterii: să fie deosebite de cele construite de alți vânzători, să aducă valoare, să nu mai fi fost folosite în trecut de alții și să îndeplinească noile nevoi ale clienților. Cu toți ne naștem creativi și rămânem așa pe perioada

copilăriei, când nicio barieră mentală nu ne împiedică să construim punți de la Pământ la Lună, pe care oamenii merg braț la braț cu extraterestrii. Din păcate, pe măsură ce devenim adulți învățăm să nu mai fim creativi. Ni se spune să facem cum face toată lumea, că așa este tradiția, să mergem numai pe drumuri bătătorite, că așa este sigur, să lăsăm specialiștii (care o fi ăia?) să rezolve problemele, să nu încercăm să ieșim din pluton, că se interpretează. Foarte interesant este că atunci când sunt sub duș, sau se plimbă singuri prin parc, sau visează cu ochii deschiși, adică atunci când sunt singuri 72% din oameni au idei creative. Din păcate, când se întorc printre semenii lor își ascund gândurile, sau le uită, sau le categorisesc drept prostii. Dar, de fapt, asta chiar este o veste bună, pentru că înseamnă că nu ne pierdem creativitatea pe măsură ce îmbătrânim, ci doar o ascundem în noi acoperind-o cu păturile groase ale conformismului, comodității și indiferenței. Putem deci să ne redescoperim potențialul creativ pe care l-am avut în copilărie. Este ca atunci când într-un morman de cenușă găsim un cărbune care stă să se stingă, dar este încă aprins. Dacă punem peste el puțină iarbă uscată, câteva bucățele de hârtie și câteva crenguțe uscate putem reaprinde un foc în care să aruncăm tot balastul care ne-a împiedicat să zburăm cu gândul către stele. Abia după asta vom putea să ne dezvoltăm acele trăsături de caracter fără de care nu putem fi creativi. Este vorba de capacitatea de a trăi în incertitudine, de a-ți folosi propria judecată pentru a discerne dincolo de coaja întâmplărilor, de fi deschis la soluții noi, de a nu te mai lăsa manevrat și de a nu mai depinde de alții, de a avea încredere în propria persoană.

Cum spuneam mai sus, în vremuri complicate, mereu schimbătoare, nesigure și neclare, doar creativitatea ne poate ajuta să găsim soluții cu ajutorul cărora să supraviețuim și noi, și clienții. De cele mai multe ori în viață suntem creativi fiindcă nu avem încotro. Atunci când soluțiile pe care deja le-am încercat sau cele despre care am citit sau despre care am auzit de la alții nu se potrivesc situației prin care trecem, începem să căutăm unele noi. Găsim una, o încercăm și, dacă se potrivește, dacă satisface nevoile clientului (și ale noastre, bineînțeles) zicem că suntem norocoși și trecem mai

departe. Dacă soluția nu se arată a fi bună nici pentru client, nici pentru noi, o luăm de la capăt, începem să căutăm alta. Acesta este, până la urmă, un proces de gândire creativă. Emoțiile pe care le resimțim într-o situație dată a relației noastre cu un client (empatie, entuziasm, încredere, teamă, furie, siguranță, recunoștință, pasiune, vină, fericire etc.) ne ajută imaginația să genereze tot felul de idei mai mult sau mai puțin potrivite. Apoi evaluăm aceste idei, una câte una, folosindu-ne de propria rațiune pentru a vedea în ce măsură pot fi implementate în lumea reală, în situația dată.

Ca să fiu cât mai explicit voi spune că orice criză pune creativitatea pe steroizi. Lumea fiecăruia dintre noi este zdruncinată, într-un fel sau altul, pe vremuri de criză. Vechile teorii sunt contrazise de realități nemaîntâlnite până acum. Ne place sau nu, suntem împinși pe drumuri necunoscute care, din fericire, duc toate spre *Țara Creativității*. Nu trebuie să ne speriem, pentru că, odată ajunși acolo, vom descoperi bucuroși că ne-am întors în starea de grație a copilăriei, când totul era posibil și viața avea înțeles.

Viorel Tașcău, iulie, 2020