aiprenor.ro

AIPRENOR.MARKETING

11/2026

# De la „mă mai gândesc” *la „da”*

GHID PENTRU ANTREPRENORI · 5 UNELTE DIN CARTEA AIPRENOR



# Clientul bun e deja *la un pas de „da”*.

Am construit software timp de 18 ani, iar produsele la care am lucrat au ajuns la peste 50 de milioane de oameni. Acolo am învățat ceva ce se potrivește la fel de bine unei clinici, unei agenții de circuite turistice sau unui atelier: omul te alege atunci când îi devine ușor să te aleagă.

Am strâns aici cinci unelte din cartea mea, AIPRENOR, pe care le folosim acum și în agenție. Fiecare vine cu o poveste, cu unealta propriu-zisă și cu un lucru pe care îl poți face chiar în seara asta, cu resursele pe care le ai deja. Unele povești sunt din agenție, iar personajele, ca frizeria lui Andrei sau contabila cu bonurile de benzină, sunt din carte.

Citește ghidul cu un pix în mână, iar la final strânge totul pe foaia de lucru.

**Alex Teodorovici**
Fondator · aiprenor.marketing · I ❤ business

aiprenor.ro

AIPRENOR.MARKETING

00

CUPRINS


1. O PROPOZIȚIE CARE TE RECOMANDĂ 4–5
- 1.1 Povestea 4
- 1.2 Unealta 5

2. CÂNTARUL CLIENTULUI 6–7
- 2.1 Unealta 6
- 2.2 Pe viu, la o agenție de circuite turistice 7

3. VITRINA 8–9
- 3.1 Povestea 8
- 3.2 Unealta 9

4. POSTAREA CARE E DOAR A TA 10–11
- 4.1 Povestea 10
- 4.2 Unealta 11

5. PREȚUL SPUS O DATĂ 12–13
- 5.1 Povestea 12
- 5.2 Unealta 13

6. BONUS 14
- 6 Testul tăcerii 14

7. FOAIA TA 15
- 7 Cele cinci unelte, pe o pagină 15

8. PASUL URMĂTOR 16
- 8 Hai să vorbim 16

1.1

**O PROPOZIȚIE CARE TE RECOMANDĂ**
Povestea

# Același om, *altă propoziție*.

Un programator a lucrat trei ani lângă un cabinet stomatologic și știe pe de rost cum se face o programare, cum merge rechemarea la șase luni și unde pierde asistenta timp. Pe site-ul lui scrie însă: „Dezvolt aplicații web și mobile, site-uri, magazine online, automatizări și soluții AI pentru orice afacere.” Sună serios. :)

La un congres, doctorița cu care a lucrat bea o cafea cu o colegă care se plânge că pacienții nu vin la programare. „Știu un băiat care se pricepe la calculatoare, îți dau numărul”, îi spune. Colega îl salvează în telefon și nu sună niciodată.

Acum schimbă doar prima propoziție de pe site: „Programări și rechemare pentru cabinete stomatologice mici.” La aceeași cafea, doctorița spune: „Știu pe cineva care face exact asta, pentru cabinete ca ale noastre.” Colega sună a doua zi.

Omul și priceperea lui au rămas aceleași. În a doua variantă, lumea știe pentru cine lucrează și îl poate recomanda mai departe.

1.2

## O PROPOZIȚIE CARE TE RECOMANDĂ

Unealta

Unealta pornește de la April Dunford, autoarea cărții Obviously Awesome: locul tău în mintea clientului se construiește din ce te deosebește, pentru oamenii cărora le pasă cel mai mult de asta.

# Fraza ta, *de spus dintr-o suflare*.

> Ajut **[cine, foarte precis]** să **[rezultatul pe care îl caută]** fără **[grija pe care o are acum]**.

### PORNEȘTE DE LA CE FOLOSEȘTE CLIENTUL AZI

Gândește-te ce folosește clientul azi în locul tău: agenda de hârtie, grupul de WhatsApp sau resemnarea că „unii pacienți nu vin”. Fraza ta spune ce câștigă față de asta.

### FĂ TESTUL CAFELEI

Citește fraza unui om din domeniu. Dacă îți răspunde „a, deci faci asta pentru oameni ca mine”, e bună. Dacă dă politicos din cap, mai lucrează la ea.

### ȚINE O LISTĂ DE NU

Tot ce nu încape în frază trece pe o foaie separată, cu data de azi lângă. Peste 90 de zile o recitești și te bucuri de fiecare nu pe care l-ai spus.

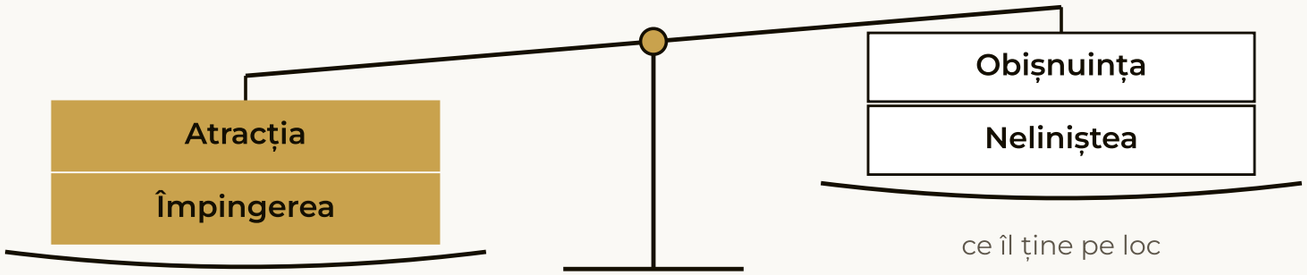
**În seara asta.** Scrie fraza, apoi trimite-o unui client mulțumit și întreabă-l dacă te-ar descrie la fel.

2.1

## CÂNTARUL CLIENTULUI
Unealta

Modelul celor patru forțe vine de la Bob Moesta și Chris Spiek, care au dus în practică ideea lui Clayton Christensen despre treaba pentru care un om angajează un produs.

# Omul schimbă când *talerul din stânga* cântărește mai mult.




ce îl împinge spre nou

ce îl ține pe loc

### ÎMPINGEREA
Ziua în care a spus „gata, așa nu mai merge”. Ea îl pune pe om în mișcare și îl face să caute o soluție.

### ATRACȚIA
Cum își imaginează viața de după. Imaginea din capul lui contează mai mult decât lista ta de servicii.

### NELINIȘTEA
Ce poate merge prost dacă schimbă: „Și dacă la mine nu merge?”

### OBIȘNUINȚA
„E incomod, dar m-am obișnuit.” Orice schimbare cere efort, iar efortul se plătește.

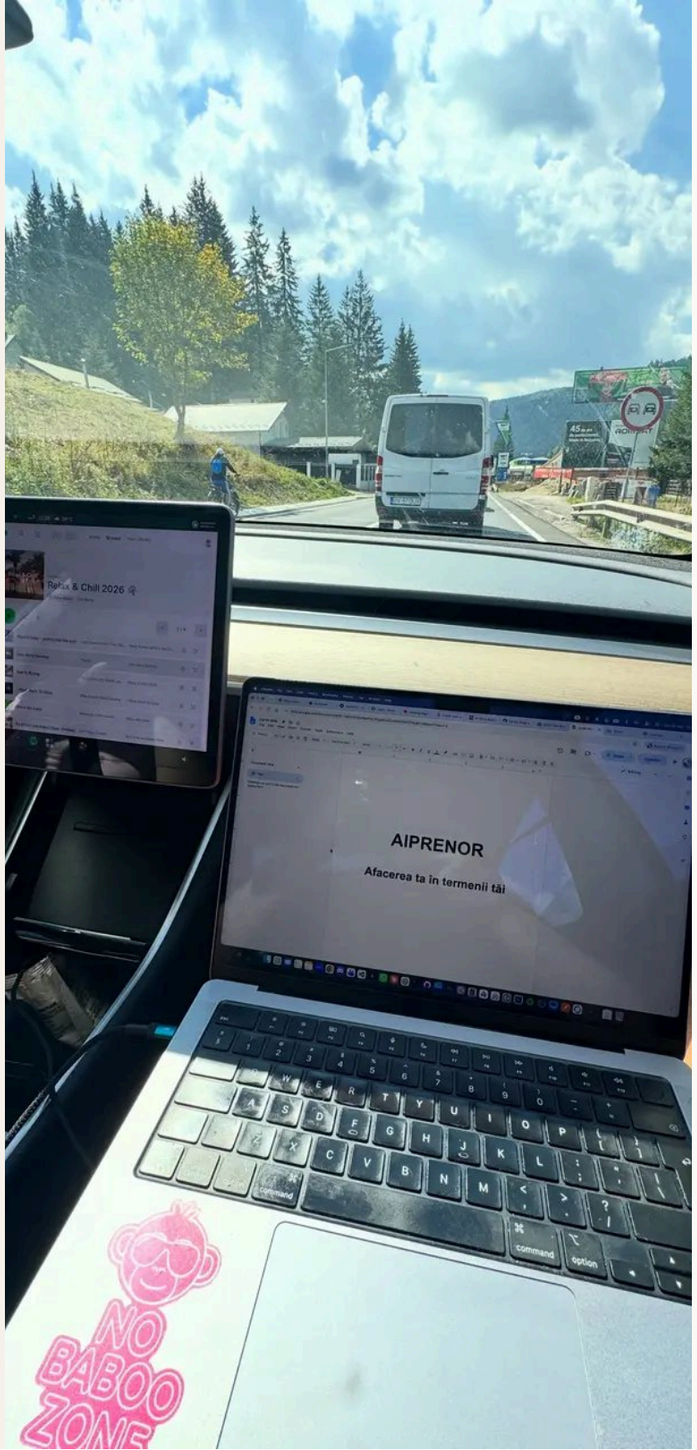
De cele mai multe ori, vânzarea se câștigă făcând talerul din dreapta mai ușor: cu o garanție, cu un prim pas mic sau cu o recenzie recentă de la cineva ca el.

2.2

## CÂNTARUL CLIENTULUI

Pe viu, la o agenție de circuite turistice

Sursa cifrei: Intrepid Travel, date despre clienți publicate în 2025.




# „Veniți singură, *plecați cu prietene*.”

În toamna asta am studiat în profunzime o agenție de turism care organizează circuite în locuri unde ajung puțini: munți înalți, savane, gheață. Înainte de research aș fi spus că clientul ei e aventurierul în formă.

Cercetarea de piață ne-a arătat altceva. La Intrepid, unul dintre cei mai mari operatori de grupuri mici din lume, femeile sunt peste jumătate dintre clienți, iar multe pleacă singure. Așa a apărut Exploratoarea, iar grija ei de pe talerul din dreapta era una singură: „O să fiu singura din grup care vine singură?”

Propunerea noastră lucrează pe talerul acela: o reclamă construită pe unghiul de comunicare „Veniți singură, plecați cu prietene”, un landing page pentru circuit, care arată grupul înainte de plecare, și camera single explicată clar, cu varianta de a o împărți cu altă femeie din grup.

**În seara asta.** Întreabă un client recent: „Povestește-mi ziua în care ai spus «gata, așa nu mai merge». Ce s-a întâmplat?” Notează-i cuvintele exacte.

3.1

**VITRINA**
Povestea

# Vânzarea se face *înainte să te sune*.

E 22:40, într-o seară de octombrie. Andrei s-a mutat de o lună în cartier și are mâine la 9 un interviu, iar părul lui nu mai arată a interviu. Din pat, caută pe Google „frizerie” și numele cartierului.

Apar două frizerii. Prima are trei recenzii, ultima din 2023, o poză făcută din mașină și niciun program afișat. A doua are 23 de recenzii, cea mai nouă de săptămâna trecută, răspunsul patronului la fiecare, poze cu frizerii la scaun, prețurile scrise și un buton de programare.

În mai puțin de două minute, Andrei are programare la 8:00, la a doua. Niciunul dintre patroni n-a aflat că a fost pus la comparat.

La o clinică de stomatologie și ortodonție pe care am studiat-o în toamna asta am găsit nota 5 pe Google, din 10 recenzii, care meritau să apară și pe site, acolo unde pacientul nou caută părerea celorlalți pacienți.

Primul nostru sfat a fost să arate recenziile pe site, cu link spre Google, și să trimită linkul de recenzie după fiecare consultație.

Marty Neumeier o spune simplu în *The Brand Gap*: brandul este ce simte un om, din instinct, despre o firmă. Sentimentul acesta se formează de cele mai multe ori înainte ca omul să te cunoască.

3.2

**VITRINA**
Unealta

Unealta 1+3 din cartea AIPRENOR: o frază care spune ce obține omul și trei dovezi că s-a mai întâmplat.

# O frază *și trei dovezi*.

> Pentru **[cine]**, care **[grija lui, în cuvintele lui]**, **[rezultatul concret]** în **[cât timp sau cu ce efort]**, fără **[riscul de care se teme]**.

**REZULTAT · „S-A MAI ÎNTÂMPLAT?”**

Povestea unui client, cu cifra de dinainte și de după.

**OM · „CINE E ÎN SPATE?”**

Fața și numele tău, datele firmei și recenzii recente pe un site pe care nu îl controlezi.

**RISC · „CE PĂȚESC DACĂ NU MERGE?”**

O garanție clară, o primă etapă mică sau o anulare simplă.

În frază păstrezi cuvintele pe care le poți dovedi, așa că „cel mai bun”, „profesioniști” și „calitate premium” fac loc faptelor. Recenzia o ceri în clipa în care omul vede rezultatul, pentru că la factură e deja târziu. O țintă bună sunt 20 de recenzii din ultimele trei luni.

**În seara asta.** Caută-te pe Google ca un client nou și notează ce vezi în primele zece secunde.

4.1

**POSTAREA CARE E DOAR A TA**

Povestea

# Treizeci de postări corecte și *una adevărată*.

Marți seara, după 10, o contabilă care tocmai și-a deschis cabinetul scrie în ChatGPT: „dă-mi 30 de postări pentru pagina mea de consultanță contabilă”. În 40 de secunde are 30 de postări, fiecare cu un emoticon și trei hashtag-uri. Le programează pe toată luna și se culcă liniștită.

După o lună, postările au în medie 9 aprecieri, cele mai multe de la alți contabili, și niciun mesaj.

Într-o joi, în pauza de prânz, scrie din telefon zece rânduri despre un client venit cu 14 bonuri de benzină într-o pungă de la supermarket și cu întrebarea „pe astea le pot deduce, nu?”. Pune ce i-a răspuns, o cifră de la birou și o părere care o să-i supere pe unii colegi: forma firmei nu se alege la sfatul cumnatului.

Postarea aduce trei mesaje private și o programare la consultație. Cele 30 de postări le putea semna orice contabil din țară, pe când pe aceasta o putea scrie doar ea.

4.2

**POSTAREA CARE E DOAR A TA**

Unealta

# Testul *P.C.O.*

## P

**POVESTEA**

O scenă trăită doar de tine: clientul cu bonurile în pungă, comanda care a mers prost și cum ai reparat-o.

## C

**CIFRA**

Un număr din afacerea ta, de pildă câți clienți ai avut în cât timp. Poate fi rotunjit, important e să fie al tău.

## O

**OPINIA**

O părere care deschide o discuție, spusă cu argumentul tău.

AI-ul scrie prima variantă, iar tu aduci povestea, cifra și opinia. Când lipsește una, textul mai stă o zi și îl completezi. Testul rapid e cel al contabilei: un text pe care îl poate semna orice concurent rămâne al nimănui.

Regula mea pentru tot ce publicăm sună așa: AI-ul lucrează în bucătărie, omul stă în vitrină. Ciornele, variantele și analizele le face AI-ul, iar tot ce ia clientul drept dovadă rămâne adevărat: fața ta, recenziile, studiile de caz și pozele de produs.

**În seara asta.** Ia ultima ta postare și subliniază în ea povestea, cifra și opinia. Ce lipsește, scrie de mână.

5.1

**PREȚUL SPUS O DATĂ**
Povestea

# Prețul vorbește *înaintea ta*.

Duminică seara, 21:15. Mihaela amenajează balcoane și primește pe WhatsApp un mesaj de la o necunoscută: „Bună seara, m-a trimis vecina de la 2. Cât ar costa să-mi aranjați și mie balconul? E mic, vreo 5 metri pătrați, spre nord.”

Pe Instagram, prețurile pentru așa ceva sunt între 800 și 1.500 de lei. Ca să nu scape clienta, Mihaela scrie: „400 de lei, cu plante cu tot.” Răspunsul vine după zece minute: „Aha. Și plantele alea rezistă? Am mai luat o dată ceva ieftin și s-a uscat tot într-o lună.”

Mihaela voia să spună „sunt accesibilă”, iar clienta a auzit „nu prea știu ce fac”. Economistul olandez Peter van Westendorp a pus întrebarea asta într-un sondaj de preț încă din 1976: „La ce preț vi s-ar părea atât de ieftin încât v-ați îndoi de calitate?”

Prețul potrivit, cu trei dovezi lângă el, spune „am mai făcut asta” și atrage clientul care rămâne.

5.2

## PREȚUL SPUS O DATĂ

Unealta

Treapta de sus face mijlocul să pară rezonabil, iar cei mai mulți clienți aleg mijlocul. Exemplul e balconul Mihaelei, așa cum ar fi trebuit să arate răspunsul de duminică seara.

# Trei trepte, iar *mijlocul câștigă*.

### SFATUL

350 lei

O oră la fața locului și lista cu ce merge pe balconul ei.

RECOMANDAT

### BALCONUL GATA

1.400 lei

Planul, plantele, ghivecele și montajul.

### BALCONUL FĂRĂ GRIJI

2.900 lei

Tot ce e la mijloc, plus întreținerea pe un an și plantele înlocuite dacă nu prind.

### ÎNTÂI COSTUL PROBLEMEI

Înainte de număr, întreabă cât îl costă problema. Un cabinet care pierde 6 programări a 200 de lei pe săptămână pierde vreo 5.000 de lei pe lună, iar lângă suma asta oferta ta se citește altfel.

### SUMA O DATĂ, APOI LINIȘTE

Spui prețul răspicat și taci. Tăcerea de după număr cere puțin curaj, iar când o ții, prețul rămâne întreg.

### BUGETUL FIX MUTĂ CE INTRĂ

Când clientul are mai puțini bani, scoți din ofertă o parte și o muți într-o etapă a doua, cu prețul fiecărei părți neschimbat.

**În seara asta.** Scrie oferta ta cea mai vândută ca treaptă de mijloc, apoi construiește în jurul ei treapta de jos și pe cea de sus.

6

**BONUS**
Testul tăcerii

# Două minute *în care taci*.

Marți, la 17:30, o frizerie publică o postare bună: „Stai 40 de minute la coadă pentru 20 de minute de tuns.” Radu o vede în tramvai și e exact clientul lor. Apasă pe link. Primul ecran îl întreabă dacă vrea „serviciu individual” sau „pachet”, al doilea îi cere un cont cu parolă, tramvaiul ajunge în stația lui, iar Radu bagă telefonul în buzunar.

A doua zi, frizerul vede 40 de clicuri și două programări și crede că postarea a fost slabă. Pe Radu l-a pierdut ecranul al doilea.

Testul costă două minute. Dai pagina de programare pe telefonul unui om care seamănă cu clientul tău și nu a văzut-o, îi dai o singură sarcină, „programează-te sâmbătă la 10”, și taci. Când întreabă „unde apăs?”, îi răspunzi „unde ai apăsa dacă n-aș fi aici?”.

La final verifici trei lucruri: a înțeles în primele 10 secunde ce poate face pe pagină, primul clic a fost pe drumul bun și a ajuns la programare în două minute. Ce s-a repetat la doi oameni din trei repari primul.

7

## FOAIA TA

Cele cinci unelte, pe o pagină

Printeaz-o, completeaz-o de mână și pune-o lângă birou. Peste trei luni o completezi din nou și compari.

# Foaia *ta*.

1 **Fraza mea.** Ajut … să … fără …

2 **Talerul din dreapta.** Grija pe care o aud cel mai des și ce o face mai ușoară:

3 **Vitrina.** Fraza 1+3 și cele trei dovezi pe care le am azi: un rezultat, un om, un risc tăiat.

4 **Ultima postare.** Are poveste? Are cifră? Are opinie? Ce adaug:

5 **Cele trei trepte.** Jos, mijloc (recomandat), sus, cu ce primește clientul la fiecare:

\+ **Testul tăcerii.** Ce l-a oprit pe omul care s-a programat la mine:



# Le punem în mișcare *împreună*?

Agenția e făcută pentru antreprenori din tot felul de domenii, de la clinici și agenții de turism până la ateliere și magazine online. Aflăm ce stă pe cântarul clienților tăi, scriem fraza și vitrina, filmăm conținutul care e doar al tău și pornim campaniile când temelia e gata.

Începem cu o discuție gratuită cu Alex și cu un prim studiu al pieței tale, pe care ți-l dăruim ca să alegi în cunoștință de cauză.

Uneltele din ghid vin din cartea mea, AIPRENOR, care apare în curând. În ea le găsești pe larg, împreună cu foile de lucru.

**Alex Teodorovici** · Fondator & CEO
aiprenor.ro · contact@aiprenor.ro
I ❤ business



# Mulțumim!

aiprenor.marketing

I ♥ business