

Holla!

Te salut și mă bucur extrem de mult că ai ajuns în posesia acestui material.

Faptul că tu citești asta mă face să radiez de fericire. De ce?

Așa cum și eu am citit sute de cărți și articole și am făcut o mulțime de cursuri despre marketing digital, business, investiții, pentru a ajunge la rezultatele pe care le am azi, sper că și tu te-ai pregătit să pășești pe drumul auto-educației și sper ca acest material să fie un început bun pentru tine în această direcție.

Nu o să-ți mai răpesc din timp și o să trecem direct la treabă.

Voiam doar să te felicit că ai ales să-ți rupi din timpul tău pentru a citi ceea ce urmează.

Chiar așa, ce urmează mai exact?

Ceea ce urmează să citești în acest material este fix experiența mea din primele 12 luni de la deschiderea Inbound Consulting – prima mea firmă, axată pe consultanță în marketing. Firma unde mă dedic zilnic și unul din proiectele pe care le lucrez cu drag, urmărindu-mi pasiunea în marketing.

O să vezi aici principiile și strategiile pe care m-am bazat pentru a crește afacerea asta de la zero la peste 50.000 euro în primul an de activitate.

Probabil o parte din ea ai ajuns să o mai citești și prin postări sau prin ceea ce ai urmărit pe [Profilul meu de Facebook](#) și pe [Pagina Inbound Consulting](#).

Dar, în acest document o să vezi că am încercat să îți explic cât mai concret, pas cu pas, care a fost parcursul afacerii mele și cum am reușit să aduc această afacere la 50.000 euro în primul an (iau în calcul doar primele 12 luni).

Datele din acest document sunt strict experiența mea, povestea mea și sunt super subiective. Însă, principiile pe care le vei învăța de aici sunt cele pe care le-am învățat și eu de la mentorii mei și din experiența practică pe care o am. Prin urmare, sunt obiective, sunt testate și sunt general valabile.

Introducere scurtă în document

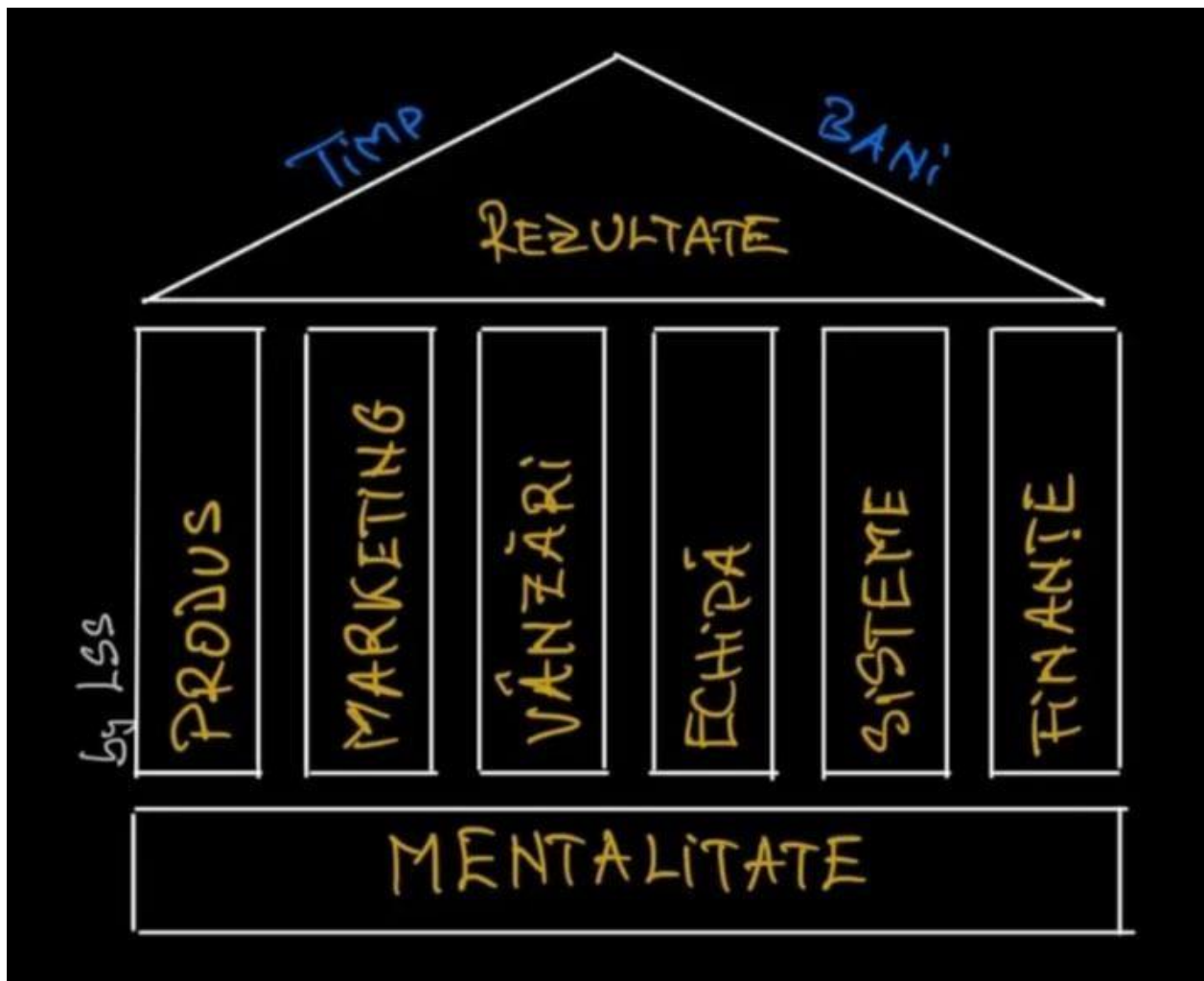
O să pornesc în scrierea acestui document de la **PRINCIPALII PILONI AI UNEI AFACERI**. Și o să trecem prin fiecare, exact așa cum am trecut eu, prin ochii mei și prin experiența filtrată de mine din sfaturile mentorilor mei. O să înveți pas cu pas ceea ce am învățat și eu, pentru a ajunge unde sunt azi.

Am luat ca structură a unei afaceri clasice formulă pe care o găsești și la Lorand Soares Szasz. De ce? Pentru că ea e simplă de înțeles, pentru că funcționează și pentru că LSS e unul din oamenii de la care am avut ce învăța în tot acest timp.

Principalii piloni ai unei afaceri sunt:

- **MENTALITATEA (Mindset-ul)** – aceasta este fundația unui business și a oricărui lucru de succes
- **PRODUS / SERVICIU**
- **MARKETING**
- **VÂNZĂRI**
- **ECHIPĂ**
- **SISTEME**
- **FINANȚE**
- **REZULTATE** – rezultatele sunt determinate să apară atunci când investești suficient timp și suficienți bani în funcționalitatea componentelor de mai sus

Pentru a înțelege și mai ușor cum funcționează lucrurile, poți privi reprezentarea grafică de mai jos.



sursă foto: [bloaj Upriserz](#) – pe care, by the way, îl recomand tuturor antreprenorilor, freelancerilor și oamenilor care doresc să se dezvolte în aceste direcții.

MENTALITATEA / MINDSET-ul

O să începem să tratăm fiecare pilon pe rând. Încep cu Mindset-ul, cu mentalitatea.

O să fiu scurt și la obiect, pentru că vreau să-ți iei valoare reală din acest document, fără a pierde timp prețios, în care deja poți trece la aplicarea lucrurilor învățate.

Am investit în ultima vreme mii de euro în acest pilon, prin mentorat și cursuri de dezvoltare personală. MENTALITATEA este fundația unui business (și cum aveam să aflu eu mai târziu, fundația oricărui lucru de succes, în orice domeniu am face referire).

Am scris și [aici](#) un articol despre cât am investit în educație și în mine și de ce consider că e esențial să o faci și tu dacă vrei să te dezvolți.

Care sunt cele mai importante lecții pe care le-am învățat despre MINDSET-ul necesar pentru a face afaceri?

Atunci când dorești să intri într-un business, trebuie să faci de la început un simplu lucru: ***Diferențierea clară între Mindset-ul de ANGAJAT / FREELANCER / ANTREPRENOR.***

Într-un mod va gândi un angajat, în cu totul alt mod va gândi un freelancer și altfel va gândi un antreprenor. Știu asta pentru că am trecut prin toate cele 3 ipostaze.

Cum faci schimbul de mentalitate de la angajat la antreprenor?

Cea mai importantă lecție aici a fost o întrebare, pe care am aflat-o tot de la LSS, în unul din cursurile sale despre schimbarea mindset-ului de angajat în mentalitate de antreprenor.

Trebuie să treci de la: *“Vreau un salariu mai mare, pentru că au crescut prețurile la tot și am cheltuieli mai mari”*
la: *“Ce valoare pot aduce în plus pe piață pentru a încasa mai mulți bani pe serviciile mele?”*

Doar faptul că vei conștientiza nuanțele acestei întrebări, față de prima formulare, va începe deja să te ajute să gândești ca un antreprenor.

Pentru a schimba mentalitatea de angajat cu cea de antreprenor este important și modul în care te raportezi la bani. Cum îți câștigi banii?

Trebuie să treci de la: *“Voi munci mai mult pentru a încasa mai mulți bani”*
la: *“Voi aduce mai multă valoare oamenilor din jur pentru a primi mai mulți bani”*

Știu, în vorbe pare simplu. Însă, asta înseamnă că va trebui să îți și asumi acea plus valoare. Asta înseamnă că **trebuie să încetezi să lucrezi pentru bani și să începi să lucrezi pentru rezultate.**

Cum faci schimbul de mindset de la freelancer la antreprenor?

Va trebui să înlocuiești: „Sunt cel mai bun, nu pot lăsa treburile mele pe mâna altora, nu vor face la fel de bine ca mine lucrurile” **cu:** “Mă concentrez 100% pe lucrurile care aduc rezultate și deleg lucrurile care mă împiedică să fiu eficient către oameni competenți în acea direcție.”

Antreprenorul creează sisteme care produc valoare și aduc un impact societății. Creează locuri de muncă, atrage talente, lucrează cu oamenii. Dacă îți place să fii lupul singuratic și să le faci tu pe toate, vei fi un freelancer genial, vei fi un one man show de succes, însă niciodată nu vei putea face trecerea la antreprenoriat cu așa gândire.

Și nu e nimic greșit la asta. Poți ajunge la 50.000 euro pe an doar din freelancing. Însă, dacă vrei să scalezi, să câștigi din ce în ce mai mult, în scurt timp vei afla că ziua ta are tot 24 de ore, ca la noi toți. Iar timpul e limitat. Prin urmare, nu poți vinde și mai mult timp pentru a face și mai multe lucruri și pentru a încasa și mai mulți bani.

Valabil și la angajați!

Iar dacă vrei să gândești ca un antreprenor în adevăratul sens al cuvântului, **trebuie să înveți să gândești pe termen lung.** Da, pare clișeic, însă, fără asta nu vei reuși.

Oamenii mediocri gândesc pentru mâine, oamenii normali gândesc pentru luna viitoare sau pentru anul viitor. Oamenii de succes gândesc pentru generația viitoare!

Asta înseamnă că va trebui să înveți să și planifici lucrurile pe termen lung. Trebuie să-ți faci mereu calculele, planurile și să te asiguri că îți setezi obiective SMART (specifice, măsurabile, realizabile, realiste, încadrate în timp).

Iar odată planificate lucrurile, **trebuie să începi să ACȚIONEZI.** Să faci pași mici zi de zi. Cum spune și Kiyosaki: “Amintește-ți să ai vise mari, să gândești pe termen lung, să câștigi în fiecare zi câte puțin și să faci pași de bebeluș. Aceasta este cheia succesului pe termen lung.”

În final, te las cu o altă idee pe care am cules-o de la unul din mentorii mei.

Tu cum alegi să-ți duci traiul?

- **Ca un culegător? Care plantează semințe și așteaptă rodul, rugându-se să nu îi strice vremea recolta...**
- **Sau ca un vânător? Care hotărăște să acționeze azi, să vâneze, să-și procure singur ceea ce merită și este al lui de drept...**

Indiferent ce ai alege, nu uita că timpul trece întotdeauna. Iar timpul poate trece în avantajul sau dezavantajul tău! Tu alegi!

- Dacă ești angajat și ai un salariu fix, ai 12 șanse pe an să schimbi lucrurile. Ai 12 șanse pe ani la o mărire de salariu. 12 șanse ca să arăți ce poți?
- Dacă ești freelancer, lucrezi pe cont propriu, tu ești cel care îți creează șansele. Poți avea câte o șansă în fiecare zi, dacă livrezi câte un nou proiect zilnic sau dacă îți găsești câte un client nou în fiecare zi.
- Iar dacă ești antreprenor, deja alții lucrează pentru tine. Angajații tăi (colaboratorii tăi) pot crea fiecare din ei câte o șansă pe zi pentru tine și pentru firma ta, ca tu să câștigi mai mult. Cu cât este mai mare echipa, cu atât mai multe șanse de creștere a încasărilor pentru firma ta.

Ține minte diferența între aceste lucruri! Și să nu te aud cu “E greu cu taxele, cu statul, nu ne ajută nimeni”. Ghici ce: trăim în aceeași țară. Dacă eu pot să fac ceva aici, cu siguranță poți și tu. SE POATE! ÎN ROMÂNIA!

PRODUSUL / SERVICIUL

În momentul în care ai decis că intri în lumea antreprenoriatului, ai nevoie de un produs sau un serviciu care să îți producă bani.

Produsele sau serviciile tale trebuie să respecte o serie de condiții pentru a avea succes. Și trebuie să aibă în spate o strategie (cu referire la preț, la livrare, la profitabilitate, logistică, producție etc.). Toate aceste lucruri vor face ca afacerea ta să aibă sau nu succes. Dacă le gândești din timp și le structurezi, vei ajunge la rezultate. Dacă nu... nu.

Eu am plecat în gândirea și realizarea serviciilor mele de la următoarele premise:

- **Ce îmi place să fac?**
- **Ce știu să fac bine?**
- **Ce se caută pe piață?**
- **Ce se plătește mai bine pe piață?**

Sunt 2 tipuri de produse și servicii care au succes fulminant în piață: cele care rezolvă o nevoie sau cele care creează o dorință.

Gândește-te bine ce știi să faci. În ce anume ai experiență și ce stăpânești bine. Iar apoi, vezi care sunt valorile tale și vezi ce îți place să faci.

Cum identifici asta?

Dacă mâine ai avea asigurat tot traiul de acum încolo, până la finalul vieții, ce ai face cu tot timpul care îți rămâne în locul muncii? Aia e activitatea care îți place cu adevărat. La mine s-a nimerit a fi consultanța, vorbitul cu oamenii!

Apoi, m-am uitat ce știu să fac. Și știu să fac marketing digital foarte bine, cu rezultate pentru oameni și pentru afacerile lor.

M-am uitat în piață să văd dacă se cere asta. Știam deja că marketingul este un domeniu cerut, activam deja în domeniu. Și știam și că e bine plătit, căci veneam din aria de freelancing și lucrasem și în agenție.

Iar apoi, la intersecția tuturor acestor idei am zis așa:

O să construiesc un serviciu nou, de consultanță 1 la 1 în marketing, prin care să ajut oamenii să-și promoveze afacerea mai bine. Și o să împachetez acest produs în așa fel încât să nu aibă concurență.

Zis și făcut. Am început să urmăresc piața, să văd cine mai oferă consultanță în marketing. Și cum se realizează aceste servicii. Ce prestează, ce garanții au, ce logistică e în spate.

Și mi-am dat seama care ar fi avantajul care mi-ar propulsa proiectul rapid pe piață, fără să investesc în marketing foarte mult.

Avantajul a fost faptul că nimeni nu mai oferea consultanță 1 la 1 ÎNREGISTRATĂ. Adică nimeni nu înregistra orele petrecute cu clienții. Ceea ce, pentru mine, a fost perfect. Era exact avantajul pe care îl căutam să pot ieși pe piață cu ceva unic.

LA FEL TREBUIE SĂ FACI ȘI TU!

Trebuie să găsești un produs UNIC, care să aducă VALOARE REALĂ către piață, să rezolve o NEVOIE sau să creeze o DORINȚĂ. Să fie cât mai ușor de LIVRAT (de aia discutăm aici despre un business online – mie îmi permite acest business și produsul meu să lucrez de oriunde, oricând, atâ timp cât am un laptop și o conexiune la internet la îndemână). Iar peste toate acestea, să fie și un produs / serviciu pe care să-l poți vinde scump.

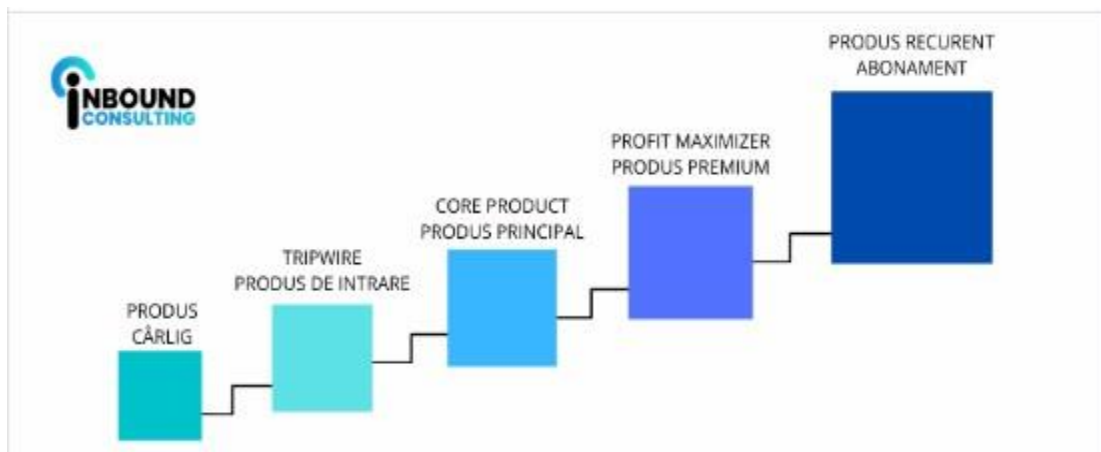
Cu privire la strategiile de preț

Am urmat un concept larg întâlnit de strategie de orientare a produselor și a prețurilor pe piață. Un concept pe care l-am descoperit în unul din cursurile pe care le-am făcut pe partea de business. Se numește **SCARA VALORII**

Ea funcționează în următorul fel:

- Pentru a intra ușor pe piață oferă un produs GRATUIT (eu am avut ore gratuite de consultanță la începutul afacerii)
- Apoi, după ce ai adunat audiență către care ai livrat valoare gratuit, începe procesul de vânzare, însă cu un produs ieftin, pe care să și-l poată permite (o oră de consultanță)
- Apoi, celor care sunt interesați să lucreze mai departe cu tine, propune-le produsul principal pe care dorești tu să-l vinzi (eu am făcut o serie de pachete de training 1 la 1 – strategia de pachete o discutăm imediat)
- După care, adu în ecuație și un produs foarte scump, premium, pe care să îl transformi în maximizatorul de profit pentru afacerea ta (în cazul meu, la început, era vorba de serviciile de implementare. Dacă voi ai să îți și lucrez eu ceea ce făceam în training cu tine, plăteai suplimentar o sumă consistentă).
- Iar mai apoi poți aduce în scenă și servicii sau produse sub formă de abonament lunar, unde să-ți fidelizezi clienții și să îi faci să plătească pe termen lung sume importante pentru business-ul tău. Eu aici încă nu am dezvoltat un produs sau o soluție de acest tip. Încă suntem pe drum. Dar ajungem și acolo pe viitor.

Pentru a înțelege și mai bine cum funcționează această scară a valorii, uită-te pe reprezentarea grafică de mai jos.



Acum, să revenim la pachete. Discutam mai sus de pachete de traininguri diferite. De ce am făcut aceste pachete?

Când gândești un produs sau o serie de produse pentru afacerea ta, ideea e ca aceste produse să-ți genereze cashflow RAPID. Să faci bani REPEDE ȘI MULT! ☺ Despre asta e totul în business. Iar dacă vrei să scalezi, să ajungi să faci bani rapid, încă din primele luni de business, ai nevoie de o ofertă al naibii de atractivă pentru ca clienții să spună „DA”.

Cum am gândit eu oferta de prețuri în afacerea mea pentru a-mi permite să scalez rapid și să ajung la rezultate de 50.000 euro în primul an?

SIMPLU!

Am realizat câte un preț distinctiv pentru fiecare din produsele / serviciile următoare:

- Ședință de consultanță individuală
- Pachet de 5 ore de consultanță
- Pachet de 10 ore de consultanță
- Pachet de 20 de ore de consultanță

Prețul a fost în ordine descrescătoare. Așa încât, tu, în postura de client, plăteai din ce în ce mai puțin pe măsură ce cumpărai mai mult. Singura condiție era plata în avans. Pentru că asta demonstra din partea ta implicare și dorință de a lucra, de a schimba ceva. Iar pe mine mă motiva să mă ocup de proiectul tău pentru a genera acea schimbare.

Așa am ajuns să facturez proiecte de mii de euro, chiar cu plata în avans integral pe 12 luni. La 12 luni ofeream chiar și 50% reducere față de cumpărarea unui serviciu pe doar o lună, în funcție de caz și client. Aceasta a fost strategia care pe mine m-a ajutat să încasez 7000 euro chiar din prima lună de business. Iar după doar 6 luni de la lansare să ajung la prima lună cu peste 10.000 euro încasări.

În acest mod poți gândi și tu o ofertă de produse și servicii pe care să le livrezi la prețuri atractive, în condiții avantajoase, pentru a face clienții să spună DA și pentru a genera bani rapid, sigur, eficient, stabil pe termen lung.

Cu privire la producție și logistică – de ce prefer afacerile online?

Eu mi-am început afacerea aceasta cu 100 de euro și un laptop (200 lei capital social depus pe SRL, circa 150 lei cheltuieli de înființare societate și 100 lei transport până în oraș și alte cheltuieli de papetărie and stuff).

Tu probabil vei avea ceva cheltuieli în plus (asta dacă nu îți găsești soție contabilă ca a mea, care să te ajute cu tot procesul și cu toate actele).

În afară de asta și de taxele SRL-ului, nu am avut nicio cheltuială. Pe parcurs am început să am cheltuieli, profitul net fiind undeva pe la 50%. Însă, acele cheltuieli despre care îți spun aici sunt făcute tocmai pentru dezvoltarea firmei (mentoring, cursuri, cheltuieli cu alți colaboratori, contracte externe etc). Adică sunt cheltuieli de care beneficiaz tot eu și firma mea, în totalitate.

Realist vorbind, pe partea de consultanță am un profit de peste 80% net. Iar pe partea de implementare, că am mai făcut și treaba asta pentru unii clienți, profitul s-a dus undeva la 60%, dar sumele au fost mult mai mari. De obicei implementare reușeam cu succes să vând pe 12 luni în avans. Pentru că toată lumea știe că lucrurile bune iau timp.

De ce îmi plac afacerile online?

Păi unul din motive e cel de mai sus: poți livra servicii sau produse online, fără costuri cu sediul, fără costuri cu spații de depozitare, fără logistică suplimentară (în afara unui site – eu nu am nici măcar atât, am vândut direct pe pagina de Facebook și pe profilul meu).

Un alt motiv este faptul că în online poți “inventă” produse din nimic. Exact cum am făcut eu. Am luat experiența pe care o aveam într-un domeniu căutat pe piață și bine plătit și am transpus-o într-o serie de produse livrabile online, din fața unui laptop. Fără cheltuieli cu producție fizică, fără utilaje, fără mașinării scumpe.

Sunt zeci de domenii în care poți dezvolta o afacere fix cu același principiu. Iată doar câteva:

- Copywriting și content writing
- Design Grafic și Web Design
- Traduceri și Interpretare Texte
- Data Entry
- SEO și Administrare Site-uri

Toate acestea sunt produse / servicii livrabile online, cu cheltuieli minime de mentenanță și cu o marjă de profit uriașă, dacă ne raportăm la o afacere clasică.

Nu uita!

Tot ce trebuie să vezi este:

- Ce îți place să faci?
- Ce știi să faci bine? Sau dacă nu știi... ce ai putea învăța rapid să faci?
- Ce se caută pe piață
- Ce se plătește bine?

De ce am pus completarea la „ce știi să faci”?

Online-ul acesta e minunat. Există o mulțime de resurse pe o multitudine de domenii, prin care, dacă nu știi să faci ceva anume, poți învăța să faci acel lucru.

Spre exemplu, în domeniul meu, o mulțime de oameni au ajuns la mine, au ajuns să ceară acele pachete de training, nu pentru a-și promova afacerea, ci pentru a învăța cum să presteze acele servicii mai departe, fiind ei plătiți pentru asta de către clienții lor.

Așadar, în online poți învăța rapid o mulțime de lucruri despre orice domeniu, suficient de bine încât să poți să începi să vinzi servicii în direcția aceea pentru a face bani. Bani pe care, nu uita, îi reinvestești pentru a te educa, pentru a performa și mai bine, pentru a aduce și mai multe rezultate.

Doresc să răspund în cele ce urmează la o întrebare destul de interesantă în ceea ce privește PRODUSUL.

„Cum deschizi piața cu produsul tău?”

Pentru această întrebare eu am avut un răspuns simplu: Pleci de la un MVP cu un produs de test și îmbunătățești continuu prin 3 etape.

Cum faci un MVP rapid? Vezi aici:

<https://docs.google.com/document/d/1scHh1qPeHcZ6pgQmQPPafEH0TB3vkFkXEgYeMWamYBs/edit?usp=sharing>

Și acum...

La început, când vrei să deschizi piața, ai nevoie de o OFERTĂ UNICĂ – un USP puternic

Fiecare antreprenor trebuie să își construiască o ofertă unică de vânzare pentru a ieși pe piață și pentru a-și poziționa serviciile / produsele spre vânzare. După ce testezi produsul (faci un MVP – minimum viable product) și definești CE VINZI și CUI VINZI e timpul să intri în piață și să testezi.

Metoda mea a fost simplă:

- Etapa de testare – oferit resurse gratis, oferit produse ca mostră, apoi sondaj cu privire la prețul care s-ar fi plătit pe produs. După care adaptat produsul la acel preț, vândut pe piață și cerut feedback.
- Etapa de stabilizare – la mine durează și acum, însă am avut 2 etape de scalare până acum, chiar dacă încă stabilizez – la această etapă tot ce faci este să oferi produsul către cât mai multă lume și să perfecționezi în funcție de feedback-ul primit la el – să adaugi valoare (opțiuni suplimentare, avantaje în plus, caracteristici noi etc)
- Etapa de scalare – crești prețul produsului sau vii cu o gamă suplimentară de produse premium sau vii cu o “ofertă de nerefuzat”. A mea a fost simplă: *Ești suficient de serios și determinat să schimbi ceva la afacerea ta sau la tine? Perfect! Și eu sunt. Hai să ne „legăm” împreună timp de 12 luni pe acest țel și VEI AVEA PARTE DE TOT SUPTUL MEU LA 50% DIN COSTUL INIȚIAL.*

Cu alte cuvinte, dacă vrei să lucrezi cu mine o lună, te costă x. Dacă plătești în avans pe 12 luni, te costă 50% din X. Iar asta mă determină pe mine să-ți ofer suport 12 luni, să fiu lângă tine complet, 100% dedicat. Însă și pentru tine înseamnă un anumit nivel de commitment și de implicare serioasă, prin faptul că trebuie să pui o sumă frumoasă de bani în joc. Amândoi avem miza pe masă.

Ce mi-a oferit încredere să pot ieși cu astfel de oferte pe piață când lumea zicea că e o ofertă sinucigașă ceea ce fac eu?

MINDSET-UL despre care discutăm la etapa anterioară.

Gândește totul prin prisma valorilor personale. Dacă menții acele valori și bune practici și dacă ești bine intenționat (dacă afacerea ta slujește legile universale ale binelui și nu calci pe cadavre pentru bani)... totul va fi BINE!

Hai să vedem și câteva moduri de a-ți calcula prețurile la servicii

Inițial, când am început, am calculat foarte simplu prețul orelor mele de consultanță. Am pornit de la următoarea formulă:

- De câți bani am nevoie să trăiesc lunar?
- De câți bani am nevoie pentru a susține business-ul lunar?
- Câți bani aş vrea să pun deoparte (war money) pentru situații neprevăzute?
- Câte zile pe lună vreau să lucrez și câte ore pe zi?

Iar în acest mod... am aflat cât ar trebui să valoreze MINIM o oră din viața mea muncită.

Desigur, metode există mult mai multe, însă așa am început eu.

Pentru a factura pe oră există și formula „standard” din carte, cumva asemănătoare cu ce făceam și eu:

(Cost de trai + cost de business + war money pe an) / ore facturabile pe an = fee pe oră X 1,4 marja de profit

Iar dacă vrei să facturezi pe proiect, nu faci decât să înmulțești orele lucrate cu suma pe oră.

Totuși... În timp, eu am înțeles că nu e oke să facturezi TIMPUL (pentru că el e limitat. Și prin urmare, nu ai cum să câștigi mai mult odată ce se termină orele din zi).

Așa că am trecut la principii de stabilire a prețului în funcție de valoarea proiectului. Principii de Value Based Pricing. Unde am învățat asta? Caută pe YouTube canalul celor de la „The Futur” și vezi că au niște principii foarte faine. La mine acum lucrez la stabilirea principiilor și adaptarea lor pe business-ul meu. Din 2022 o să încerc acest mod de facturare să vedem ce iese.

De-a lungul timpului am lucrat cu foarte multe modalități de plată. Dacă te interesează și altele, vezi [aici](#) un articol pe acest subiect.

Îți urez succes în a-ți concretiza o strategie de produse / servicii și o strategie de pricing câștigătoare. Dacă ai nevoie de ajutor, nu ezita să-mi scrii. Putem lucra împreună pentru a-ți face și ție o ofertă Killer Goal! Care să te ajute să crești rapid afacerea și să aduci rezultate și pentru clienții tăi.

MARKETING

Ei bine, la partea de marketing aş putea scrie o carte doar despre asta... prin care să îţi explic cum să promovezi mai eficient o afacere în mediul online.

Însă, după cum am zis la început, nu vreau să-ţi răpesc din timpul preţios, așa că mă voi limita la cele mai importante lecții pe care le-am învățat eu despre marketing.

1. Există 2 tipuri de MARKETING care aduc cu adevărat succes într-un business:
 - Cel bazat pe REZULTATE
 - Mai citește odată rândul de mai sus! 😊
2. Degeaba vei încerca să arunci bugete de promovare pe geam, pentru a-ți promova un produs prost (prost poate însemna și lipsit de strategie și de un plan concret pus la punct)
3. Cel mai important pion de pe tabla de șah în marketing ești TU – brandul tău face mai mult decât orice altă campanie de reclame – dacă nu ai brand poți să investești cu succes sute de mii de euro în „coșul de gunoi” al afacerii tale, căci acolo se vor duce toți banii tăi de reclame

Să le luăm pe rând.

Ce înseamnă marketing bazat pe rezultate?

Ai auzit vreodată axioma “Cea mai bună metodă de promovare este recomandarea de la clienții tăi”?

Asta înseamnă marketing bazat pe rezultate. Când nu trebuie să investești în promovare plătită, deoarece clienții tăi te recomandă mai departe, pe baza rezultatelor pe care le-ai adus pentru ei. Așa am avut eu clienți în ultimii 5 – 6 ani de zile de când lucrez pe cont propriu (ca freelancer + antreprenor în ultima vreme).

Nu am avut niciodată un website de prezentare pentru produselor mele. Nu am avut niciodată reclamă plătită și nu am investit în PR. Însă am muncit din greu, atât cât am putut, pentru a produce cele mai bune rezultate de care eram capabil la acel moment, pentru fiecare din clienții mei. De aici... restul a fost poveste! Recomandările au curs.

Cât despre produs... dacă el nu și-a dovedit funcționalitatea în mod organic (adică nu vinzi în mod natural și nu reușești să atragi clienți pentru produsul tău fără să investești în reclamă) atunci... cel mai probabil promovarea plătită nu te va ajuta cu nimic pentru moment. La început ar trebui să scoți produsele în piață fără reclamă plătită pentru a testa.

Eu consider că nici nu ar trebui să-ți faci griji cu promovarea plătită atâta timp cât nu ai un MVP testat și nu ai deja o strategie de marketing care să fi adus rezultate organic până în acel moment. Sau dacă nu organic, cel puțin cu investiții minime în marketing plătit.

BRANDUL – de ce este important să ai un brand stabil și lumea să știe CINE EȘTI?

Cum îți poți explica faptul că eu reușesc să vând de 50.000 euro anual, fără site, fără reclame, fără funnel-uri complicate iar alți clienți care fac exact același lucru online nu reușesc să vândă nici măcar pentru a-și asigura cheltuielile de funcționare a afacerii și cheltuielile de supraviețuire?

Răspunsul e unul singur: BRANDUL.

Fac asta de ani de zile, lumea mă cunoaște și am ajuns să vând cu ușurință tocmai pentru că există rezultate care să dovedească ceea ce eu povestesc în cadrul întâlnirilor de vânzări.

Există un principiu după care mă ghidez în Branding: o companie nu va putea crește niciodată mai mult decât omul care o conduce!

Cu cât crești nivelul tău de educație, de spiritualitate, de încredere în sine, de performanțe... cu atât va crește și firma pe care o conduci și cu atât vor crește și încasările tale.

Dacă vrei să produci impact în comunitatea ta locală, înconjoară-te de oameni din comunitatea ta locală.

Dacă vrei să produci impact la nivel național, ieși în lume și stai la masa celor mari.

Dacă vrei să produci impact la nivel global, BE GLOBAL! Fii tu primul cel care ajunge cunoscut la nivel global!

Și mai am un principiu, care nu ține neapărat de branding, dar e important să-l iei în calcul în marketing în general: Nu lăsa cifrele să-ți ia mințile!

Indiferent de brand, indiferent unde ai ajunge, rămâi mereu omul autentic și sincer, rămâi mereu cu picioarele pe pământ și alege să faci totul în concordanță cu valorile și principiile tale, dar mai ales în concordanță cu binele universal.

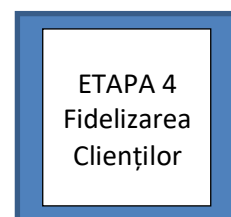
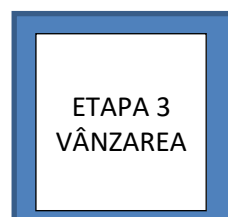
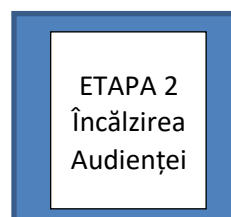
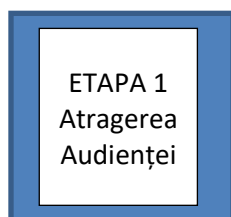
Tactici de marketing specifice pe care le-am aplicat eu pentru a mă promova

În principal, orice strategie de promovare a oricărei afaceri, de orice tip funcționează pe un principiu simplu:

Pentru a vinde orice produs / serviciu, în online, lumea trebuie să te cunoască și să creadă în tine. Dacă vrei să împingi reclamă cu lopata în sufletul omului nu vei reuși decât să-l énervezi și să-l faci să te disprețuiască, nu să cumpere de la tine.

Așadar, pentru a vinde, ai nevoie de mai multe etape:

1. Adunarea unei audiențe – formarea unei comunități – aici te adresezi oamenilor care nu te știu, nu știu cine ești și ce faci
2. Încălzirea audienței – aici începi să interacționezi cu lumea și potențialii clienți încep să vadă produsele și activitatea ta
3. VÂNZAREA – aici ajungi la oamenii care deja te știu, deja îți cunosc produsele, deja sunt dispuși să încerce produsele și serviciile tale – de abia aici faci vânzarea
4. După ce ai vândut nu lași relația să se răcească, ci faci fidelizarea clientului și menținerea relației



Indiferent de specificul afacerii, așa funcționează lucrurile. Dacă nu vei respecta aceste etape e ca și când îți tai singur creanga de sub picioare.

Acum, sa personalizăm un pic lucrurile.

Cum m-am promovat eu pe baza acestei strategii în online?

Înainte să citești în continuare, vreau să-ți aduc aminte din nou: eu nu am site, nu am avut niciodată reclame plătite pe Facebook și Google (deși, culmea, sunt expert la ele, zice lumea. 😊 Iar eu tind să îi cred, pentru că am generat peste 1 milion de euro pentru toți clienții mei la un loc, de când lucrez în domeniul ăsta).

Totuși, cum m-am folosit eu de online pentru a crește afacerea?

1. Partea de adunare a audienței am delegat-o în întregime profilului de Facebook.

Am pornit cu 200 de prieteni, acum am peste 2000. Iar în lista asta fac curat mai des decât în casa în care locuiesc. Aici stau doar oamenii care au treabă cu ceea ce fac eu, cunoscuți, potențiali clienți, oameni de la care am ce învăța.

Cum poți să-ți lărgesci audiența folosindu-te de profilul de Facebook sau LinkedIn (mai nou am ales să fiu activ și acolo, dar sunt la început)

Simplu: networking.

Trimite constant cereri de prietenie oamenilor care pot deveni potențiali clienți pentru afacerea ta. Survolează online-ul și bagă-te în seamă pe grupuri de specialitate. Nici nu ai idee câți bani am făcut de pe 2 grupuri din România: Grupul Upriserz al lui Lorand și Grupul Facebook Ads România al lui Vlad Niță. De aici am luat o mulțime de clienți.

În plus, nu mai accepta cererile oamenilor care nu au nicio treabă cu ce faci tu sau care par că nu sunt ce trebuie pentru lista ta (pe principiile pe care le-ai stabilit tu). Sau acceptă, iar mai apoi filtrezi (faci curat) – cum fac eu.

2. Încălzirea audienței – POSTĂRI ȘI POSTĂRI ȘI IAR POSTĂRI

Recunosc, aici nici eu nu sunt chiar exemplar. Nu am constanță întotdeauna. Însă, dacă te uiți în ultimul an pe profilul meu și compari cu anii trecuți... WOW... 😊 O să descoperi un nou om, alte preocupări, alt stil, alte postări, alte lucruri cu totul.

Odată cu postările pe care le faci, oamenii înțeleg despre tine că ești expert pe acea nișă despre care postezi. Dacă le oferi informații valoroase (cum e și materialul pe care tocmai îl citești) ei te vor aprecia și vor vorbi la rândul tău despre tine în cercurile lor, povestind cât i-ai ajutat sau cât i-a ajutat conținutul tău să își rezolve problemele.

Așa iau naștere recomandările. Un potențial client care NU CUMPĂRĂ, DAR MĂ RECOMANDĂ CONSTANT e mai valoros decât un client cumpărător pe termen lung. Iar clienții cumpărători mulțumiți se transformă și ei în adevărați promotori.

Așadar, pune conținut pe profilul tău. Distribuie-l pe grupuri de specialitate. Oferă răspunsuri la comentarii pe acele grupuri, interacționează cu lumea. Eu la început făceam LIVE-uri cu divești alți experți pe domeniul online. Le puneam în grupuri, făceam Q&A-uri gratuite, iar de aici atrăgeam oamenii în listele noastre de audiență.

3. VÂNZAREA – Cum fac eu vânzările?

Iar cu ocazia asta trecem și la următorul PILON.

VÂNZĂRILE

Una dintre cel mai des primite întrebări este CUM VINZI? Cum închei vânzarea? Am primit-o chiar și de la unul din voi, în comentariile care cereau acest material.

Eu m-am axat pe un principiu extrem de important în vânzare, după părerea mea: **AUTENTICITATEA!**

100% AUTENTIC. Nu folosesc scripturi, nu folosesc tehnici de vânzare din cărți și alte tips and tricks-uri. Ce fac însă?

VORBESC LIBER CU CLIENTUL.

Îi răspund la întrebări, îi provoc imaginația, iar când văd că se blochează discuția îi readuc aminte de ce suntem acolo: ce problemă are el, cum pot eu să-l ajut și care sunt beneficiile ofertei mele.

NICIODATĂ, DAR ABSOLUT NICIODATĂ NU MINT CLIENTUL! Asta e o regulă!

Vânzările le fac aproape exclusiv telefonic. Sau uneori pe messenger. Nu vând nimic cu plată online, pentru că lipsește ceva ce pentru mine e esențial: interacțiunea cu omul.

Da, aș putea să vând mai ușor și mai mult dacă aș face un link de plată sau un website și aș pune acolo tot... Aș putea să fac asta. Însă... NU AȘ MAI FI EU!

De aia prefer old school: telefon, discuție, detalii plată, factură contract și palma bătută.

FORMULA DE VÂNZARE - Care e cea mai simplă formă de a închide vânzarea pentru mine?

- Ce problemă ai tu?
- Ce soluție am eu la problema ta?
- Cine sunt eu să am soluții pentru problemele tale (dovezile experienței și brand-ul)
- De ce e mai avantajoasă soluția mea decât alte soluții (beneficiile ofertei)
- Ce trebuie să faci tu pentru a primi această soluție? (stabilirea detaliilor administrative, selecție clienți, proceduri)
- De ce trebuie să acționezi acum (bonus, oferte, scarcity)

Toate acestea pot fi făcute printr-o discuție telefonică, pe zoom sau în mesaj, iar în final închiderea se realizează într-o discuție telefonică prin care facem practic un summary la tot și batem palma virtual!

CE METODĂ AM MAI FOLOSIT ÎN ACEST AN PENTRU A-MI CREȘTE VÂNZĂRILE?

O strategie foarte bună de vânzări este să nu lași recomandările la voia întâmplării. Ci să recompensezi fiecare om care face munca în locul tău și te recomandă.

Asta a funcționat mereu la mine. Ofeream mereu procent pentru fiecare afacere semnată și concretizată prin intermediul unei recomandări.

Iar pentru unii colaboratori, această strategie a devenit un adevărat mod pasiv de a încasa bani. Pentru că procentele nu erau deloc mici (am oferit chiar și 30% din contract în unele cazuri). Iar oamenii au început să caute efectiv clienți pentru mine, transformându-se în „agenții de vânzări” perfecți pentru firma mea.

STRATEGIE DE VÂNZĂRI CARE SĂ TE AJUTE SĂ CREȘTI RAPID ÎN 3 PAȘI

Modalitatea prin care eu am reușit să cresc rapid a fost USP-ul puternic. Oferta de vânzare UNICĂ m-a făcut să ies în față ușor și cu încredere în ce ofer.

Modalitatea în care am gândit acele reduceri pe termen lung, modul în care interacționez cu oamenii direct și le construim încrederea în mine, dar și rezultatele și recomandările pe care le-am avut mi-au permis să ajung aici.

Prin urmare:

- ar trebui să petreci ceva timp la construirea unei oferte ATRACTIVE, UNICE, dacă vrei să vinzi ușor.
- ar trebui să construiești cărămidă peste cărămidă brandul tău. Să capeți încrederea oamenilor și să te faci văzut în cât mai multe locuri ca expert în domeniul tău.
- Iar în final să ai și rezultatele care să dovedească faptul că ești expert

Poți face toate aceste 3 lucruri prin CONTENT – asta e frumusețea online-ului, că poți posta nelimitat și te poți folosi de conținut pentru a crește rapid vânzările.

Despre vânzări am mai discutat și cu diverși experți în direcția asta. Am creat și un ghid al unui vânzător de succes, în care se detaliază și etapele procesului de vânzare și diverse alte trucuri. Dacă îl vrei, dă-mi de știre. ;)

ECHIPĂ

Despre echipă nu am multe să-ți spun, deoarece eu sunt la început în ceea ce privește realizarea și formarea unei echipe.

Anul acesta a fost unul de test. Am testat multe modalități de lucru, mulți oameni, multe proiecte și am analizat rezultatele. Iar în 2022 mă gândesc să îmbunătățesc lucrurile.

Care e cel mai important lucru la formarea unei echipe?

PROCEDURILE

Toată lumea trebuie să știe de la început, cu maximă claritate, cu liniuță, stipulat în contractul de colaborare:

- Ce e de făcut și în cât timp
- Cum se lucrează și care sunt pașii
- Cine menține relația cu clientul și în ce mod se transmit informațiile către colegi
- Care e structura proiectului și detaliile importante de luat în calcul
- Modalitatea de plată și alte detalii despre tranșe de plată, condiții, clauze etc

Ce mi se mai pare mie interesant la acest pilon al echipei?

Poți să ai chiar de la început o echipă fără ca acest lucru să-ți afecteze prea tare profitabilitatea afacerii. Cum?

Alegi să lucrezi proiect based – pe subcontractare în loc de angajare. În acest fel poți optimiza foarte bine din punct de vedere financiar.

Iar acolo unde domeniul îți permite, mai ai o porțiță foarte foarte faină. Drepturile de autor. Lucrul pe bază de contract pe drepturi de autor este incredibil.

Eu așa am lucrat cu unii colaboratori, iar asta m-a scutit de taxe și impozite big time.

În loc să plătești peste 40% doar pe taxele echipei, ajungi să plătești sub 10% în ambele cazuri:

- **Subcontractare pe SRL**
- **Contract pe Drepturi de Autor (unde se poate)**

Am scris mai multe despre ideea de contract pe Drepturi de Autor și [aici](#).

PRINCIPII DE ALEGERE A ECHIEI

- Nu alege niciodată oameni care nu rezonază cu tine, ca valori, ca principii morale, ca stil de viață, indiferent cât de bine și-ar face treaba
- Decât ieftin și slab la început mai degrabă scump și bun din prima
- Stabilește mereu contractual răspunderea și toate detaliile atunci când subcontractezi – cu anexă, cu liniuță și puncte specifice – trece totul într-un limbaj cât mai simplu, sub formă de clauză.

Cam atât despre partea operațională a echipei – colegii de tranșee. ☺ Însă, pe lângă ei, echipa unei firme mai are o componentă extrem de importantă: ABC-ul afacerii.

Ce este ABC-ul afacerii și de ce trebuie să facă 100% parte din echipa ta?

- **A: AVOCAT**
- **B: BUSINESS COACH**
- **C: CONTABIL**

Fără acești oameni nu pleca la drum!

Slavă Domnului că nu am avut nevoie de foarte multe ori de ei, însă mă simt mult mai bine să știu că îi am aproape. A și C îmi asigură AER CURAT ☺)) cum îi zic eu. Mă ajută să respir ușurat și să pun capul liniștit pe pernă noaptea.

Un avocat care să-ți facă contractele, să-ți scrie clauzele și normele de procedură e foarte important. Mai apoi, un contabil care să nu se ocupe doar de căratul actelor dintr-o parte în alta, ci să fie un real consultant pentru tine. Să te ajute să optimizezi, să găsești portite, să te ajute să gestionezi banii.

Iar B-ul din abecedar îți oferă BOOM-ul afacerii. Cu un business coach poți crește într-un an cât cresc alții în 10. Cu el te sfătuiești, discuți strategiile și pașii pe care vrei să-i faci și împreună decideți ce este mai bine pentru business-ul tău.

Dacă ai ABC-ul complet și o echipă bună operațional business-ul tău poate crește extrem de frumos. Eu am avut ABC-ul de la început, iar în ceea ce privește echipa operațională aici încă lucrez. Însă, momentan și într-un singur om pe partea operațională am reușit să duc business-ul la circa 5000 euro lunar constant, deci nu ar trebui să fie o problemă dacă tot testezi și încerci să îmbunătățești lucrurile.

SISTEME

La partea de Sisteme, tot ce ar trebui să te intereseze e cum să optimizezi și să automatizezi business-ul. Eu încă nu sunt acolo, însă din 2022 am proiectat un sistem pe care urmează să-l aplic. Pentru a lucra la sisteme ai nevoie de logistică suplimentară și de echipă operațională. Iar eu nu am fost 100% decis să investesc în asta până nu mi-am validat ideea de business și produsele. Însă mi-am format o serie de proceduri – pentru a sistematiza un pic lucrurile.

Ce presupune sistemul care m-ar ajuta pe mine să-mi cresc afacerea?

Și discut despre un sistem care s-ar putea să te ajute și pe tine, dacă lucrezi online. Pentru orice afacere online, unde conținutul este cheia, automatizarea generării și postării de conținut ar fi primul lucru care te-ar putea ajuta.

Apoi, discutăm despre automatizarea procesului de punere în circulație a produselor / serviciilor – un funnel complet automatizat care să treacă fiecare om din postura de lead în postura de client plătit, singur singurel, fără intervenția ta.

Apoi, mai putem discuta și despre automatizarea părții de facturare / plăți – eu asta nu o iau în calcul pentru business-ul meu, pentru că sunt de părere că ce fac eu cu mâna mea (sau în cazul meu mâna soției) se numește lucru manual ☺)) – Pentru noi munca e sfântă, așa că prefer să muncim mai mult, dar să ne asigurăm că totul e 100% făcut ca la carte, verificat și răs-verificat – iar asta implică să le facem noi, nu să ne bazăm pe roboței. Facturile ni le facem manual, verificăm de fiecare dată corectitudinea lor și în baza contractului înregistrăm totul cu sârguință în condică, păstrând actele în ordine mereu.

Ce plănuiesc eu să automatizez începând din 2022 și ce ai putea tu automatiza la afacerea ta?

La partea de automatizare m-am gândit pentru 2022 să încep să-mi automatizez procesul de generare lead-uri și partea de vânzări.

La partea de vânzări însă închiderea vânzării o să o fac tot old school, eu personal, deoarece asta mă face să simt că trăiesc. ☺

Însă, spre exemplu, un funnel automatizat de email marketing și automatizarea postărilor pentru partea de încălzire a audienței ar fi un plus. La fel cum ar fi un plus și generarea unor lead-uri prin intermediul unor pagini web cu formular de abonare la anumite materiale gratuite.

În mediul online e destul de ușor de automatizat, deoarece sunt foarte multe softuri care pot prelua din munca ta și pot eficientiza totul.

Spre exemplu, programe de facturare precum Smartbill, programe de automatizare a conținutului precum Hootsuite sau chiar Creator Studio din Facebook sau alte astfel de programe care să te ajute să eficientizezi munca.

Sales Manago ar fi un alt program care să te ajute să clarifici, să eficientizezi și să automatizezi partea de vânzări, de exemplu. Am lucrat cu el, ba chiar am și făcut un training într-o firmă, ajutându-le departamentul de marketing să implementeze această soluție în compania lor. Iar un alt program care să te ajute pe task management și client resources ar putea fi Monday.

FINANȚE

La partea de finanțe e important să știi 2 lucruri de bază, cred eu.

1. De unde vin banii mei / firmei mele
2. Pe ce se duc banii mei / firmei mele

Dacă stăpânești bine aceste 2 lucruri, firma ta nu are cum să nu prospere.

Așadar, trebuie să ai de la început un plan de venituri și cheltuieli, ca un buget personal, doar că mai specific și mai detaliat, unde să vezi clar și în ansamblu sursele de cashflow, tiparele financiare, cheltuieli etc.

E important să iei în calcul mai mult decât un P&L clasic sau un buget ținut așa „din minte”. Vorba Nelei, partenera mea de încredere în tot ce presupune finanțele firmei: *“Ar trebui să știi câți bani ai în conturi, ce încasări aștepti mâine și ce plăți ai de făcut, chiar și la 12 noaptea, dacă te trezesc din somn și te întreb.”*

Nouă ne place să ne monitorizăm activ și foarte conștiincios veniturile și cheltuielile, să planificăm din timp investiții și să lucrăm doar în baza unui plan bine pus la punct. Poate de asta am reușit să creștem atât de mult într-un timp atât de scurt.

Deși cifra de afaceri nu este una de speriat, iar profitul nu e nici el uriaș, faptul că am gestionat banii într-un mod inteligent ne-a propulsat să facem bani pasiv, deoarece profitul a fost în mare parte investit în alte clase de active, pe lângă firmă, pentru a ne genera mai multe surse de venit.

FIRMA E FĂCUTĂ PENTRU A-ȚI CREȘTE STANDARDUL DE VIAȚĂ, PENTRU A TE PROPULSA SPRE PROSPERITATE. Iar pe baza acestui principiu, tu la rândul tău ești dator să întorci comunității cât mai mult din ceea ce ai primit. Așa vedem noi lucrurile.

Principii de Finanțe pe care le luăm noi în calcul:

- *cheia succesului unei firme e să nu stai niciodată într-un singur picior financiar (să nu te bazezi pe un singur client mare, ci mai degrabă pe mai mulți mai mici)*
- *profitul nu e întotdeauna pentru BMW și vacanțe la munte (învață să investești profitul în mod inteligent pentru a-ți crește rapid standardul)*
- *mereu trebuie să ai un safety net – eu folosesc mereu un cont separat în care păstrez acei war money de care ziceam (dacă am un proiect în care subcontractez, mă asigur mereu că am banii colaboratorilor puși deoparte)*
- *dă-i Cezarului ce-i al Cezarului (NICIODATĂ, dar absolut NICIODATĂ nu trebuie să ai datorii la stat. Aceasta e prima ta grijă ca antreprenor din punct de vedere al finanțelor firmei, să fie acoperite dările în totalitate)*
- *PRINCIPIU PERSONAL: (poți sau nu să-l iei în calcul pe acesta) – 10% DIN PROFIT = DONAȚII*
- *grijă mare la achizițiile pe firmă (eu fac o mulțime de cheltuieli personale pe firmă, însă mă asigur de fiecare dată cu contabilul că pot deconta și că e legal să fac fiecare pas, fiecare achiziție)*
- *pregătește-ți vara sanie și iarna car – discută cu contabilul tău, cu business coach-ul tău și vezi pe baza anotimpurilor economice CE TREBUIE ȘI CE NU TREBUIE SĂ FACI CU BANII FIRMEI tale și în ce moment.*

REZULTATE

Odată ce ai toate aceste chestiuni în față și vezi imaginea de ansamblu, rezultatele nu mai depind decât de un singur lucru: DE TINE!

Aționează și pune în practică!

Găsește în toate aceste informații ceea ce ți se potrivește, aplică ceea ce crezi că te va ajuta și bucură-te de rezultate.

La mine rezultatele au fost unele clare, după primul an de activitate: **a 2-a cea mai profitabilă firmă pe plan local**, lucru care mi-a permis să fac 2 investiții de proporții în partea generatoare de venit pasiv. Iar în 2022 lucrurile aveau să fie de-a dreptul epice, având un an chiar mai bun decât 2021.

Dacă ar fi fost să updatez acest ghid în funcție de experiența actuală, aș fi putut să-ți spun cum să scalezi până la 100k an – deoarece folosind exact același strategii, în 2022 a trebuit să mai deschid o firmă pentru a evita plafonul de TVA depășit și am reușit să ajung aproximativ la 100k euro anual, incluzând și celelalte surse de venit.

La noi așa merg lucrurile. Le gândim din timp, le aplicăm ușor, le testăm rezultatele, le îmbunătățim, iar apoi scalăm ce a mers și înlăturăm ce nu a funcționat. Asta facem mereu.

Sper ca acest material să-ți fie și ție de folos să capeți mai multă claritate asupra subiectului "cum îmi cresc afacerea?"

Dacă mai ai nevoie de ceva, poți să-mi scrii oricând. După cum am zis, o să formez o listă de oameni, un grup, o audiență, unde să ne auzim în cerc închis, cu idei și informații de valoare, prin care să ne ajutăm să creștem împreună.

Dacă vrei să faci parte din acel grup, scrie-mi. Iar eu te voi adăuga în listă. O să discutăm mai apoi lucruri personalizate, pentru a te ajuta să pui în practică din ce în ce mai bine și din ce în ce mai mult ceea ce discutăm.

Hai să creștem împreună!

SPOR!