

THE 20 SET

Descoperă ultra-rapid nevoile reale și dorințele
profunde ale clienților tăi cu ajutorul a
20 de interviuri semi-structurate



Autor: Andy Szekely



Cuvânt înainte

Ca antreprenor, e ușor să te pierzi în operațional. Să uiți de ce ai început. Să intri în rutină și să nu mai vezi clar ce contează cu adevărat: clienții tăi.

The 20 Set e antidotul.

E un proces simplu, de o zi, care îți dă un RESET complet la atitudinea față de clienți. L-am făcut de peste 10 ori. De fiecare dată mi-a adus claritate, control și revelații pe care nu le poți cumpăra dintr-un raport de analytics.

Pentru că atunci când întrebi direct – profund și bine – încep să iasă la suprafață adevăruri pe care nici clientul nu știa că le are.

Într-o lume în care toată lumea vrea date, The 20 Set îți oferă ceva mai rar: intuiție validată de conversație reală.

Îl recomand tuturor antreprenorilor cu care lucrez, o dată pe an, ca exercițiu de reconectare cu realitatea pieței.

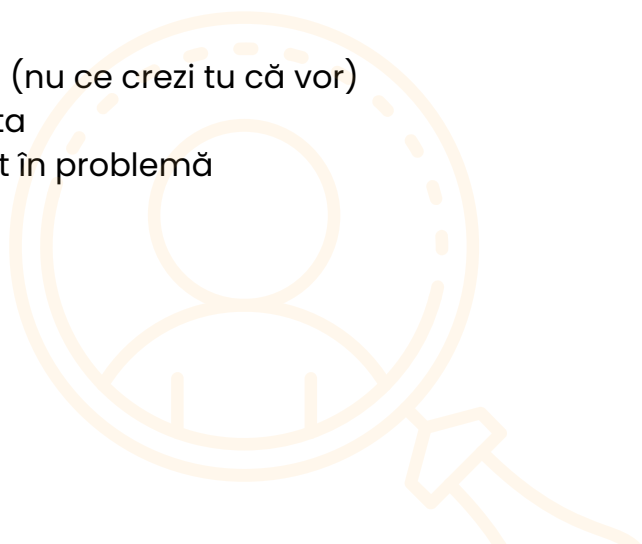
E simplu. E ieftin. Și poate fi cel mai valoros lucru pe care îl faci pentru afacerea ta în perioada asta.

Fă-l. Nu-l amâna. Vei înțelege de ce.

Ce câștigi concret:

- Descoperi ce îți doresc cu adevărat clienții tăi (nu ce crezi tu că vor)
- Îți ajustezi oferta rapid, fără să reinventezi roata
- Creezi mesaje de marketing care lovesc direct în problemă

— Andy



Cuprins

- Introducere
- Pasul 1: Organizarea interviurilor
- Pasul 2: Structura interviului
- Pasul 3: Durata și planificarea calendarului
- Pasul 4: Finalizarea interviurilor într-o singură zi
- Pasul 5: Analiza și organizarea informațiilor
- Pasul 6: Luarea deciziilor strategice
- Despre autor



Introducere

Acest exercițiu este despre a-ți înțelege profund clienții; nu ce crezi tu că vor, ci ce simt și caută cu adevărat.

Când înțelegi clienții:

- Poți optimiza produsul sau serviciul pentru rezultate mai bune.
- Poți elimina ceea ce nu aduce valoare.
- Poți adăuga elemente care fac oferta să fie „wow”.
- Poți construi relații reale cu clienții, crescând loialitatea.
- Poți lua decizii strategice fundamentate pe date reale.

Motivația principală: *un client bine înțeles este cheia unei afaceri eficiente și scalabile.*



Pasul 1: Organizarea interviurilor

Număr de interviuri: 20

- Tu: 10 apeluri de 15 minute
- Colegul tău senior: 10 apeluri de 15 minute

Rolul colegului senior

Colegul tău este experimentat și empatic, capabil să comunice relaxat și să pună întrebările corect.

- Încurajează clienții să vorbească sincer.
- Obține insight-uri mai profunde.
- Permite comparația între stilurile de abordare după fiecare serie de apeluri.

Recomandări pentru discuția cu colegul:

- Stabiliți împreună ordinea clienților și prioritățile.
- După fiecare serie de 10 interviuri, faceți o scurtă întâlnire de 15 minute pentru a discuta ce a mers bine și ce întrebări trebuie ajustate.
- Folosește experiența colegului pentru a înțelege răspunsurile subtile și emoțiile clienților.

Pasul 2: Structura interviului

1. Introducerea (1 minut)

- Mulțumește clientului pentru timpul acordat.
- Explică scopul: „Vrem să înțelegem cum să facem produsul nostru mai valoros pentru tine.”
- Confirmă durata: „Apelul va dura aproximativ 15 minute.”

2. Feedback general (3 minute)

1. În ce măsură ai recomanda produsul/serviciul nostru? (scară 1-10)
2. Care este motivul principal pentru nota pe care ai dat-o?

Motivație: Nota și motivul ei arată ce contează cu adevărat pentru client – funcționalitate, experiență, preț sau altceva.

3. Frici, frustrări și dorințe (5 minute)

1. Care sunt fricile sau frustrările tale legate de produs/serviciu?
2. Ce dorințe sau așteptări ai legate de produs/serviciu?
3. Ce nu ar trebui să fac în produs, pentru că nu ar aduce valoare?
4. Ce ar trebui să adaug pentru ca oferta să devină „wow”?

Întrebări suplimentare:

- „Ce te-ar face să nu mai folosești produsul nostru?”
- „Ce ți-ar ușura viața sau munca, dacă am oferi asta?”

4. Consecințe și impact (3 minute)

1. Dacă am dispărea de pe piață mâine, ce ai simți: dezamăgit, neutru sau bucuros?
2. Ce competențe vrei să dezvolti pentru a avea mai mult succes?
3. Ce oportunități vrei să fructifici în viitor și cum te pot sprijini?

Motivație: Aflând cum se integrează produsul tău în viața și planurile clientului, descoperi nevoi mai profunde și moduri în care îl poți ajuta mai bine.

5. Întrebări neașteptate și închidere (3 minute)

1. Ce nu am avut inspirația să te întreb și crezi că ar trebui să știu?
2. Este ceva ce vrei să împărtășești despre experiența ta cu noi?

Motivație: Cele mai valoroase insight-uri vin deseori din întrebările pe care nu le-ai pus.

Pasul 3: Durata și planificarea calendarului

- Fiecare apel: 15 minute
- Notițe și reflecție post-apel: 15 minute
- Total per interviu: 30 minute
- Total pentru 20 de interviuri: aproximativ 10 ore

Recomandare: Blochează 30 de minute în calendar pentru fiecare interviu. Dacă unii clienți sunt mai vorbăreți, folosește timpul suplimentar pentru a aprofunda relația.

De ce telefonul e mai eficient decât mailul, chestionarul sau întâlnirea fizică:

- Conversația telefonică permite claritate instantanee și urmărirea tonului și reacțiilor.
- Clienții răspund mai sincer și spontan decât la un chestionar scris.
- Este mai rapid și mai flexibil decât întâlnirile față-în-față.

Pasul 4: Finalizarea interviurilor într-o singură zi

1. Dimineața: Primele 10 apeluri (tu și colegul), 15 minute fiecare interviu plus 10-15 minute notițe
2. Prânz: Scurtă recapitulare și ajustare întrebări
3. După-amiaza: Ultimele 10 apeluri, aceeași structură
4. Seara: Analiza completă a răspunsurilor și concluzii

Beneficii:

- Toate răspunsurile sunt proaspete și comparabile.
- Poți identifica tipare comune imediat.
- Poți lua decizii strategice despre ecosistemul de produse:
 - Ce produse sau funcții să elimini
 - Ce să optimizezi
 - Ce să lansezi pentru impact maxim
- Creezi momentum și claritate pentru planul de acțiune.

Pasul 5: Analiza și organizarea informațiilor

1. Notează răspunsurile imediat după fiecare interviu.

2. Creează un tabel cu coloanele:

- Client,
- Recomandare (1-10),
- Frici/Frustrări,
- Dorințe/Așteptări,
- Sugestii de îmbunătățire,
- Observații adiționale.

3. După ce toate interviurile sunt finalizate:

- Caută tipare comune în frici, dorințe și sugestii.
- Identifică elementele care aduc cea mai mare valoare și cele care nu contează.
- Notează idei pentru produse noi sau funcții îmbunătățite.

Pasul 6: Luarea deciziilor strategice

- Ce să elimini din ofertă pentru a reduce complexitatea și costurile.
- Ce să optimizezi pentru a crește satisfacția clienților.
- Ce să adaugi pentru a crea oferte „wow” și a genera loialitate.

Cheia: toate deciziile sunt bazate pe date reale, nu pe presupuneri.

Client

Sfaturi practice

- Respectă timpul planificat pentru fiecare apel și notițe.
- Fii flexibil: dacă un client vorbește mai mult, profită pentru aprofundarea relației.
- Folosește colegul senior pentru a ghida conversația și a obține insight-uri mai profunde.
- După finalizarea interviurilor, organizează o sesiune de brainstorming pentru a transforma insight-urile în acțiuni concrete.

Rezumatul duratei totale

Activitate	Durată per apel	Total pentru 20 interviuri
Apel telefonic	15 minute	5 ore
Note și reflecție	15 minute	5 ore
Total	30 minute	10 ore

- Poate fi făcut într-o singură zi, cu pauze planificate.
- Rezultatul: o imagine clară asupra nevoilor clienților și bază pentru decizii strategice rapide.

Concluzie

Acest exercițiu nu este doar despre colectarea de informații. Este despre:

- Înțelegerea profundă a clienților.
- Crearea unui produs/serviciu care contează cu adevărat.
- Construirea unei culturi organizaționale sănătoase centrată pe servirea clienților.



Andy Szekely

Antreprenor, autor, speaker, coach

Inovează de peste 27 de ani în piața de training și coaching din România ca antreprenor, autor speaker și creator de programe educaționale pentru companii.

A publicat 26 de cărți despre leadership și performanță umană, dintre care 4 best seller național.

Andy este primul român care a organizat conferințe de dezvoltare personală cu speakeri străini, începând din 1995. Experiența sa personală ca speaker internațional depășește 3000 de apariții live. În prezent, Andy lucrează cu o echipă extinsă de peste 50 de traineri și facilitatori pentru programele pe care le-a creat.

Cunoscut și ca business coach pentru antreprenori, Andy Szekely a oferit de-a lungul carierei și continuă să ofere support prin servicii de executive coaching și mentoring antreprenorilor și liderilor de top din organizațiile autohtone.



<https://www.andyszekely.ro/>



<http://www.asic.ro>

THE 20 SET



Autor: Andy Szekely