



GHID EXTINS 2026

„15 întrebări consultative care creează valoare în perioade de criză”

Vânzarea Consultativă în Vremuri de Recesiune – Ediția 2026



Introducere: De ce acest ghid este esențial în 2026

Anul 2026 aduce o contracție economică majoră, cu presiune pe costuri și schimbări de priorități.

Pentru companiile software, vânzarea consultativă devine diferențiatorul cheie – abilitatea de a crea conversații de valoare, bazate pe înțelegerea profundă a realității clientului.

Acest ghid explică intenția din spatele fiecărei întrebări și modul practic de a folosi răspunsurile obținute.

A. Înțelegerea noii realități a clientului

1. Cum a influențat situația economică actuală planurile voastre de investiții în digitalizare?

- Ce urmărești: Să înțelegi cum sunt afectate bugetele și prioritățile digitale.
- Ce afli: Nivelul de deschidere și gradul de prudență al companiei.
- Cum folosești: Poziționează soluția ca instrument de eficientizare, nu ca cheltuială suplimentară.

2. Ce tip de inițiative ați fost nevoiți să amânați sau să prioritizați în ultimele 3 luni?

- Ce urmărești: Să descoperi ce proiecte au fost amânate, dar rămân importante.
- Ce afli: Aarii unde există nevoi latente.
- Cum folosești: Oferă o cale de a relua aceste proiecte cu impact rapid și cost controlat.

3. Ce presiuni noi resimțiți de la clienții voștri, în contextul actual?

- Ce urmărești: Să înțelegi cum s-a schimbat comportamentul pieței lor finale.
- Ce afli: Presiuni transmise pe lanțul valoric (preț, termene, calitate).
- Cum folosești: Arată cum soluția ta îi ajută să răspundă mai eficient cerințelor pieței.

4. Cum s-a schimbat definiția „eficienței” pentru organizația voastră în 2026?

- Ce urmărești: Să identifici noii KPI care definesc succesul.
- Ce afli: Noile criterii de performanță: agilitate, cost, timp, calitate.
- Cum folosești: Leagă prezentarea soluției de acești KPI actualizați.



5. Ce parte a operațiunilor e acum sub cea mai mare presiune să livreze rezultate mai rapide cu resurse mai puține?

- 🎯 Ce urmărești: Să identifici zonele critice unde poți aduce ajutor rapid.
- 🧠 Ce afli: Departamentele sau echipele aflate sub stres operațional.
- 💡 Cum folosești: Construiești un caz de utilizare concret pentru acea zonă.

B. Explorarea priorităților reale și a impactului

6. Dacă ar trebui să alegeți o singură inițiativă digitală cu cel mai mare impact, care ar fi?

- 🎯 Ce urmărești: Să identifici direcția strategică principală.
- 🧠 Ce afli: Proiectul prioritar cu cel mai mare sprijin intern.
- 💡 Cum folosești: Aliniază propunerea ta la acel obiectiv major.

7. Ce costuri ascunse ați observat în procesele actuale din cauza reducerilor de personal sau buget?

- 🎯 Ce urmărești: Să evidențiezi pierderile invizibile create de tăieri.
- 🧠 Ce afli: Blocaje și ineficiențe apărute după restructurare.
- 💡 Cum folosești: Poziționează soluția ta ca modalitate de a recupera aceste pierderi.

8. Cum măsurați acum succesul unui parteneriat software — pe eficiență, economie de cost sau agilitate?

- 🎯 Ce urmărești: Să afli criteriile prin care evaluează partenerii.
- 🧠 Ce afli: Ce înseamnă succes pentru client.
- 💡 Cum folosești: Focalizează mesajul pe acel criteriu dominant.

9. Care sunt riscurile pe care conducerea nu le mai tolerează în acest climat?

- 🎯 Ce urmărești: Să înțelegi sensibilitățile și barierele psihologice ale decidenților.
- 🧠 Ce afli: Factorii de risc major: reputație, cashflow, complexitate.
- 💡 Cum folosești: Arată cum soluția ta reduce riscul perceput.



10. Cum evaluați dacă o investiție merită continuată în 2026 — care e filtrul principal?

-  Ce urmărești: Să descoperi procesul de validare a investițiilor.
-  Ce afli: Mecanismele de aprobare financiară și rolul CFO-ului.
-  Cum folosești: Pregătește argumente economice în acel limbaj.

C. Crearea unei conversații de valoare

11. Dacă am putea elibera 10–15% din capacitatea echipei voastre fără a crește costurile, unde ați reinvesti acel timp?

-  Ce urmărești: Să provoci gândirea despre oportunitate, nu doar despre cost.
-  Ce afli: Zonele unde se pot genera beneficii rapide.
-  Cum folosești: Poziționează soluția ca mijloc de creștere inteligentă.

12. Ce v-a învățat ultimul proiect eșuat sau amânat despre procesul vostru de decizie?

-  Ce urmărești: Să identifici lecțiile organizaționale din experiențele recente.
-  Ce afli: Blocajele decizionale și lipsa clarității în procese.
-  Cum folosești: Adaptează modul tău de colaborare pentru a evita acele obstacole.

13. Ce ar trebui să se întâmple în următoarele 6 luni ca să considerați 2026 un an câștigat, în ciuda recesiunii?

-  Ce urmărești: Să clarifici obiectivele strategice imediate.
-  Ce afli: Țintele tangibile care definesc succesul.
-  Cum folosești: Conectează oferta ta la aceste rezultate măsurabile.

14. Cum s-ar schimba modul în care luați decizii dacă ați avea vizibilitate mai clară asupra datelor?

-  Ce urmărești: Să descoperi nevoia de transparență și control.
-  Ce afli: Deficiențele actuale de date și insight.
-  Cum folosești: Poziționează soluția ca instrument de claritate decizională.



15. În parteneriatele care au rezistat crizei, ce au făcut diferit față de ceilalți furnizori?

-  Ce urmărești: Să afli ce apreciază clienții la relațiile durabile.
-  Ce afli: Elementele de încredere și consistență.
-  Cum folosești: Integrează aceste comportamente în strategia ta comercială.

Concluzie

În 2026, vânzarea consultativă nu înseamnă doar a pune întrebări, ci a crea claritate și încredere. Executivii nu cumpără produse, ci înțelegere și parteneriat. Acest ghid este un instrument pentru profesioniștii care vor să transforme conversațiile în decizii strategice.

Întrebări care deschid vânzări strategice

- Ce proiecte ați fi vrut să începeți dacă bugetul n-ar fi fost o problemă?
- Ce parte a businessului v-ați dori să fie mai rezilientă dacă situația economică se înrăutățește?

Recomandare: Selectează 3–4 întrebări per întâlnire, în funcție de etapa procesului comercial. Scopul nu este să întrebi mult, ci să întrebi ceea ce aduce claritate. Notează expresiile-cheie ale clientului — le vei folosi ulterior în propuneri sau demo-uri.

Metodiu Mehmet

Autor – Vânzarea Consultativă în Vremuri de Recesiune (ediția 2026)

www.goldpartner.ro ; mehmet.metodiu@goldpartner.ro