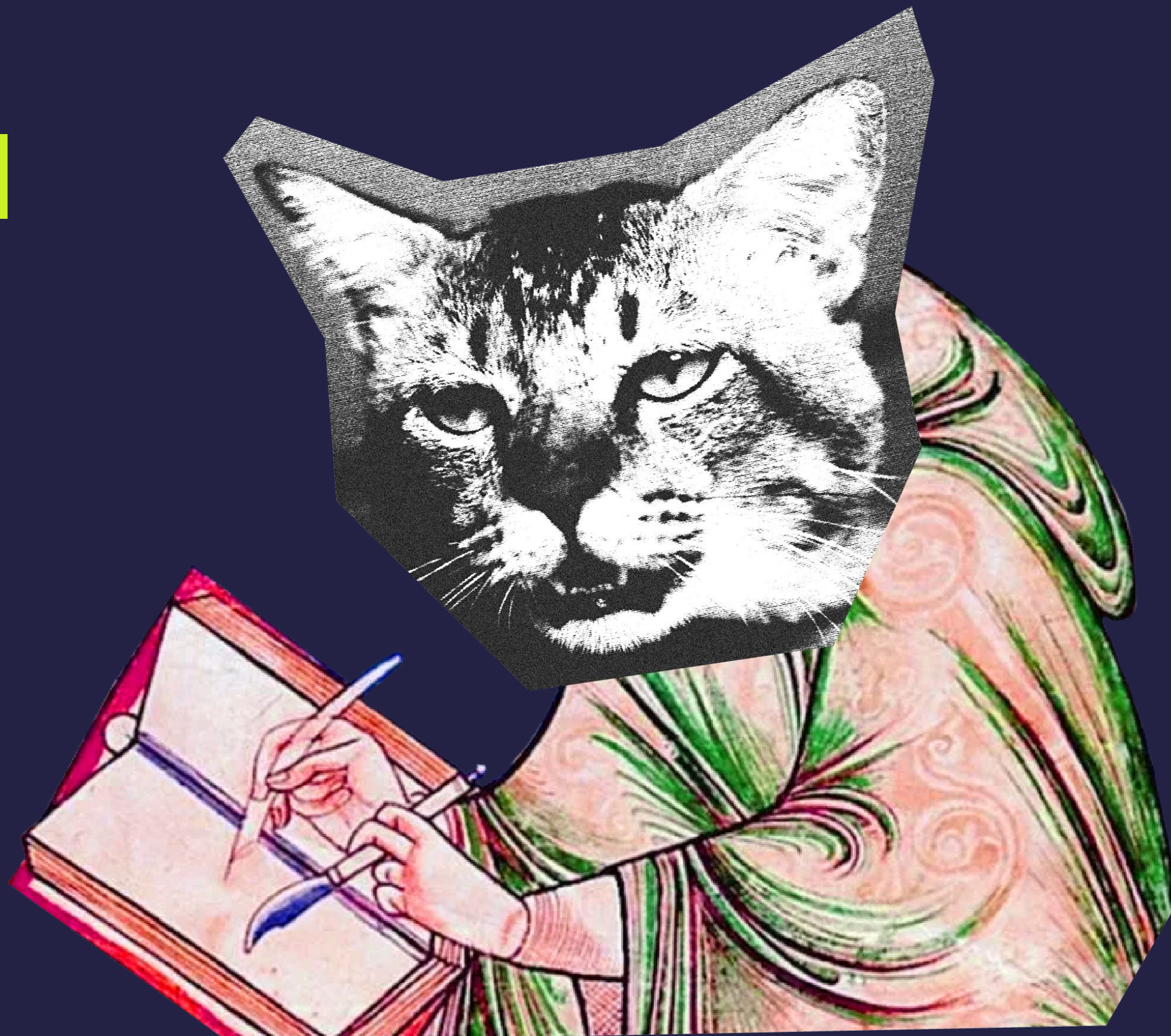


21 DE EMAILURI GATA SCRISE PENTRU AFACEREA TA

Pentru fiecare moment prin care treci cu un client, de la primul „bună ziua” până la a cere o recomandare.

BC BRAND
CATALYST
A CULT CAT BRAND

BRANDCATALYST.CC · CULTCAT.CC



Când un client nou te contactează

- 01 · Răspuns la prima cerere
- 02 · Trimiterea ofertei / a prețului
- 03 · Follow-up după ofertă
- 04 · Programarea unei discuții

Când închizi vânzarea

- 05 · Confirmare comandă / colaborare
- 06 · Trimiterea facturii
- 07 · Bun venit după cumpărare

În timpul livrării

- 08 · Update de progres
- 09 · Cerere de materiale de la client
- 10 · Anunț de întârziere sau schimbare

După ce ai terminat

- 11 · Livrarea finală
- 12 · Cererea unei recenzii
- 13 · Cererea unei recomandări

Ca să păstrezi relația

- 14 · Reactivarea unui client vechi
- 15 · Mulțumire / mesaj la ocazii
- 16 · Anunț de serviciu nou

Situații delicate

- 17 · Refuzul politicos (3 variante)
- 18 · Răspuns la o reclamație
- 19 · Anunț de creștere de preț
- 20 · Reamintire de plată restantă

Crește prin parteneriate

- 21 · Propunere de colaborare cu alți furnizori

21

emailuri pe care nu mai trebuie să le scrii de la zero

Pentru cine e și cum îl folosești

PENTRU CINE E

Ești antreprenor, freelancer sau ai o afacere mică și, de cele mai multe ori, tu ești și cel care răspunde la emailuri. Iar unele emailuri le tot amâni: follow-up-ul, refuzul politicos, reamintirea de plată, anunțul de preț nou. Nu pentru că nu știi ce ai de făcut — ci pentru că nu știi cum să începi fără să sune prost.

Documentul ăsta rezolvă exact asta. Ai 21 de emailuri, pentru fiecare moment prin care treci cu un client, de la primul „bună ziua” până la a-i cere o recomandare. Sunt scrise în limbaj simplu, cald, omenesc nu corporate.

CUM ÎL FOLOSEȘTI

- 01** Tot ce e în [paranteze] completezi tu.
- 02** Fiecare email are notat **cât timp îți ia** să-l completezi – ca să știi din start că nu-ți mănâncă ziua.
- 03** Nu copia mecanic. Schimbă un cuvânt, două, ca să sune a tine. Un email bun e scurt, clar și cald.
- 04** Salvează-ți variantele care merg cel mai bine la tine și refolosește-le.

01 Răspuns la prima cerere

3 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Oricui ți-a scris prima dată și întreabă de un serviciu sau produs.

DE CE ÎL TRIMIȚI

Primul răspuns rapid câștigă jumătate din încredere. Cine răspunde primul și clar, de multe ori câștigă clientul — chiar dacă nu e cel mai ieftin.

PONT

Răspunde în maxim câteva ore, chiar dacă e doar „am primit, revin diseară cu detalii”. Viteza îți spune mai multe despre tine decât orice text lung.

SUBIECT

Bună, [Nume] - am primit mesajul tău

Variantă: Mulțumesc că mi-ai scris

Bună, [Nume],

Mulțumesc că mi-ai scris și mă bucur că te interesează [serviciul/produsul].

Ca să-ți pot răspunde exact, aș avea nevoie de câteva detalii: [întrebarea 1 – ex. pentru ce dată ai nevoie], [întrebarea 2 – ex. cam ce buget ai în minte]. Cu astea în față îți spun concret cum te pot ajuta și cât ar costa.

Rămân în așteptarea răspunsului tău.

Cu drag, [Numele tău] [afacerea ta / telefon]

02 Trimiterea ofertei / a prețului

5 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului care ți-a dat detaliile și așteaptă prețul.

DE CE ÎL TRIMIȚI

O ofertă nu e o cifră seacă. Când legi prețul de rezultatul pe care îl primește clientul, nu mai compară doar „cât costă”, ci „ce câștig”.

SUBIECT

Oferta ta pentru [serviciu/proiect]

Variantă: [Nume], uite ce ți-am pregătit

Bună, [Nume],

Mi-a plăcut ce mi-ai povestit și cred că te pot ajuta cu [rezultatul dorit – ex. „un logo care să te reprezinte cu adevărat”].

Uite ce îți propun:

Ce primești: [descrii pe scurt, în 2–3 puncte, ce include]

Investiție: [suma] lei

Termen: [cât durează]

Dacă ți se pare potrivit, îmi spui și ne apucăm de treabă. Iar dacă ai întrebări sau vrei să ajustăm ceva, sunt aici.

O zi bună, [Numele tău]

PONT

Folosește cuvântul „investiție”, nu „cost”. Costul e o pierdere, investiția aduce ceva înapoi.

03 Follow-up după ofertă

2 minute de completat

SUBIECT

Revin cu un gând legat de [proiect]

Variantă: Mai ești interesat, [Nume]?

Bună, [Nume],

Revin scurt la oferta pe care ți-am trimis-o zilele trecute pentru [serviciu]. Știu cum e, se adună multe și e ușor să-ți scape un email.

Nu vreau să te grăbesc – te întreb doar dacă mai are sens pentru tine sau dacă între timp s-a schimbat ceva. Dacă ai vreo nelămurire legată de preț sau de cum lucrăm, spune-mi liniștit, o lămurim.

Aștept un semn de la tine.

Cu drag, [Numele tău]

CUI ÎL TRIMIȚI

Oricui i-ai trimis o ofertă și a rămas în tăcere – fie că au trecut 3 zile sau 3 luni.

DE CE ÎL TRIMIȚI

Aici se pierd cele mai multe vânzări. Leadul e deja cald, doar că i-a scăpat emailul printre altele. E cel mai ieftin client pe care îl poți recâștiga – nu îl lăsa să se răcească.

PONT · VARIANTA SCURTĂ CARE ADUCE CELE MAI MULTE RĂSPUNSURI

Uneori, cel mai bun follow-up e o singură frază. Trimite pe același fir de email, cu „Re:” la subiect, doar atât:

Bună, [Nume], mai ești interesat de [ce a cerut / serviciul tău]?

Fără nimic în plus. Pare prea simplu, dar tocmai de-aia funcționează: e ușor de citit și ușor de răspuns. Cu cât e mai scurt, cu atât e mai probabil să pornească o conversație — și asta vrem.

04 Programarea unei discuții

2 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului cu care vrei să vorbești înainte de a începe (telefon, call, întâlnire).

DE CE ÎL TRIMIȚI

O discuție de 15 minute lămurește ce zece emailuri nu reușesc. Dă tu 2-3 variante concrete de oră – decizia e mult mai ușoară așa decât un vag „când poți?”.

SUBIECT

Hai să vorbim 15 minute
Variantă: Găsim o oră pentru o scurtă discuție?

VARIANTA A · PROPUI TU 2-3 ORE

Bună, [Nume],

Cred că cel mai simplu ar fi să vorbim direct câteva minute, ca să înțeleg exact ce ai nevoie și să-ți răspund pe loc la orice întrebare.

Ți-ar fi bine [zi + oră – ex. „joi la 11”] sau [zi + oră – ex. „vineri la 16”]? Dacă niciuna nu-ți convine, spune-mi tu când ești liber și mă potrivesc.

Discuția e fără nicio obligație – doar ca să vedem dacă ne potrivim.

[Numele tău]

VARIANTA B · CLIENTUL ÎȘI ALEGE ORA

Bună, [Nume],

Cred că cel mai simplu ar fi să vorbim direct câteva minute, ca să înțeleg exact ce ai nevoie și să-ți răspund pe loc la orice întrebare.

Ca să nu ne pierdem în „când poți / când pot”, ți-am pregătit un link unde vezi orele mele libere și îți alegi tu, direct, ce ți se potrivește: [link-ul tău de programări].

Alegi o oră, primești automat confirmarea și link-ul de întâlnire – nu trebuie să faci nimic altceva. Discuția e fără nicio obligație, doar ca să vedem dacă ne potrivim.

[Numele tău]

PONT

„Fără nicio obligație” scoate presiunea și crește șansa să spună da — oamenii acceptă mai ușor o discuție decât un angajament.

DACĂ FOLOSEȘTI UN PROGRAM DE PROGRAMĂRI

Varianta B îți economisește cel mai mult timp: clientul își alege singur ora din orele tale libere și primește automat confirmarea — fără emailuri dus-întors. Pune link-ul și în semnătura ta de email. Dacă încă nu folosești un astfel de program, rămâi liniștit la varianta A — funcționează perfect.

05 Confirmare comandă / colaborare

3 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului care tocmai a spus „da”.

DE CE ÎL TRIMIȚI

Imediat după ce cineva decide, apare un pic de îndoială („oare am făcut bine?”). O confirmare rapidă și organizată o spulberă și îți arată profesionalismul din primul minut. Tot acum ceri și datele de facturare, ca să nu alergi după ele mai târziu.

SUBIECT

Gata, e confirmat! Uite ce urmează

Variantă: Ne-am înțeles – bun venit, [Nume]

Bună, [Nume],

Mă bucur tare că lucrăm împreună. Am notat tot și e confirmat:

Ce facem: [serviciul/produsul]

Când: [data / termenul]

Investiție: [suma] lei

Ca să-ți pregătesc factura, am nevoie de două lucruri de la tine:

- **CUI-ul firmei** (dacă facturezi pe firmă) sau **numele complet și adresa** (dacă e pe persoană fizică)
- **adresa de email** pe care vrei să primești factura

După ce am datele (și contractul semnat, dacă e cazul), ne apucăm de treabă: [primul pas concret – ex. „îți trimit până mâine formularul de completat” sau „ne vedem [data]”].

Dacă între timp îți vine vreo întrebare, scrie-mi oricând.

Pe curând, [Numele tău]

DACĂ LUCREZI CU CONTRACT, ADAUGĂ

„Pentru colaborări de felul ăsta lucrăm pe bază de contract de prestări servicii. Ți-l atașez – aruncă un ochi peste el, iar dacă e totul în regulă, îl semnăm și pornim.”

PONT

Pentru firme e suficient CUI-ul – programul de facturare aduce singur restul datelor. Cere-l din start, odată cu confirmarea, ca să poți emite factura pe loc, fără schimb de emailuri în plus. Contractul îl trimiți doar la colaborările care chiar au nevoie de el (proiecte mai mari, pe termen lung) – de-aia e în paranteză.

06 Trimiterea facturii

1 minut de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului, după ce ai emis factura (având deja CUI-ul cerut la confirmare).

DE CE ÎL TRIMIȚI

Factura pleacă oricum din programul de facturare, cu toate datele pe ea. Emailul e doar semnalul scurt care spune „a plecat, uite suma și termenul” – ca să nu treacă neobservată în inbox.

SUBIECT

Factura pentru [serviciu]

Variantă: Ți-am trimis factura, [Nume]

Bună, [Nume],

Ți-am emis factura pentru [serviciu/produs] – o găsești atașată aici (sau direct în inbox, trimisă de programul de facturare). Are pe ea toate datele de plată.

De plată: [suma] lei

Până la: [data scadentă]

După ce ai făcut plata, îmi dai un semn scurt și e perfect. Orice neclaritate, sunt aici.

Mulțumesc, [Numele tău]

PONT

Nu mai copia IBAN-ul și datele firmei în email – sunt deja pe factură. Lasă emailul scurt, cu doar suma și termenul la vedere. Iar termenul spune-l clar („până la [dată]”) – „cât de curând” nu e un termen, e o amânare.

07 Bun venit după cumpărare

3 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului nou, imediat după plată – mai ales la un curs, abonament sau serviciu care începe.

DE CE ÎL TRIMIȚI

E momentul în care setezi tonul întregii relații. Îi arăți ce urmează și îl faci să simtă că a ales bine.

SUBIECT

Bine ai venit, [Nume]!

Variantă: Ne apucăm – uite cum decurge

Bună, [Nume],

Mă bucur enorm că ești alături de mine în [proiect/curs/serviciu]. Ai luat o decizie bună și o să am grijă să merite.

Ca să știi la ce să te aștepți: [pasul 1 – ex. „primești accesul pe email în maxim 24h”], apoi [pasul 2]. Nu trebuie să faci nimic acum, te ghidez eu la fiecare pas.

Dacă ai orice întrebare, oricât de mică, scrie-mi. Prefer să întreb decât să stai cu o nelămurire.

Ne auzim curând, [Numele tău]

PONT

„Prefer să întreb decât să stai cu o nelămurire” deschide ușa comunicării. Un client care întreabă e un client care rămâne.

08 Update de progres

3 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului cu un proiect mai lung, ca să nu stea în ceață.

DE CE ÎL TRIMIȚI

Tăcerea naște neliniște. Un update scurt, chiar și când n-ai vești mari, valorează mult – arată că ești pe fază și că nu l-ai uitat.

SUBIECT

Unde suntem cu [proiectul tău]

Variantă: Update rapid, [Nume]

Bună, [Nume],

Voiam să-ți dau un semn ca să știi unde suntem.

Gata până acum: [ce ai terminat]

La lucru acum: [la ce ești]

Urmează: [pasul următor și cam când]

Totul merge conform planului. Dacă vrei să vezi ceva sau ai vreo întrebare, spune-mi.

[Numele tău]

PONT

Un update de 30 de secunde te scutește de un email tensionat de tip „ce se mai întâmplă cu proiectul meu?”.

09 Cerere de materiale de la client

2 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului de la care ai nevoie de ceva ca să continui (poze, texte, acces, un răspuns).

DE CE ÎL TRIMIȚI

De multe ori proiectul stă blocat din vina clientului, nu a ta. Cere precis ce-ți trebuie și până când – altfel aștepti la nesfârșit.

PONT

Leagă cererea de un beneficiu pentru client („ca să mă încadrez în termen”). Așa nu pare o corvoadă, ci un pas spre rezultatul lui.

SUBIECT

Am nevoie de ceva de la tine ca să merg mai departe

Variantă: O mică temă pentru tine, [Nume]

Bună, [Nume],

Am ajuns la punctul în care, ca să continui, am nevoie de câteva lucruri de la tine:

[lucrul 1 – ex. „logo-ul în format bun”]

[lucrul 2 – ex. „textul pentru pagina Despre”]

Dacă mi le poți trimite până [data] , mă încadrez perfect în termenul promis. Dacă ai nevoie de ajutor cu vreunul, spune-mi și găsim o soluție.

Mulțumesc, [Numele tău]

10 Anunț de întârziere sau schimbare

3 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului, atunci când ceva întârzie sau se schimbă.

DE CE ÎL TRIMIȚI

E emailul incomod pe care vrei să-l eviți – dar tăcerea strică relația mult mai rău decât o veste proastă spusă din timp, sincer și cu o soluție.

SUBIECT

0 schimbare la [proiect] - te țin la curent

Variantă: Trebuie să ajustăm puțin termenul

Bună, [Nume],

Vreau să-ți spun din timp, ca să nu te prindă nepregătit: [ce s-a schimbat — ex. „livrarea va întârzia cu 3 zile”], din cauza [motivul, pe scurt și sincer].

Ce înseamnă concret pentru tine: [noul termen / noua situație]. Restul rămâne exact cum am stabilit.

Îmi pare rău pentru bătaia de cap și îți mulțumesc pentru înțelegere. Dacă asta îți dă peste cap ceva, spune-mi și găsim împreună o soluție.

[Numele tău]

PONT

Spune întâi vestea, apoi soluția, apoi ce rămâne neschimbat. Clientul reține că ai un plan, nu doar o problemă.

11 Livrarea finală

3 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului, în momentul în care predai lucrarea gata.

DE CE ÎL TRIMIȚI

E ultima impresie – cea care rămâne și cea care aduce recomandări. Marchează momentul frumos, nu-l trata ca pe un simplu „gata, ți-am trimis”.

SUBIECT

Gata! Uite [ce ai livrat]

Variantă: Am terminat — mulțumesc, [Nume]

Bună, [Nume],

Cu drag îți trimit [ce ai livrat] – gata și în forma finală. A fost o plăcere să lucrez la asta.

[Dacă e cazul: „Găsești tot atașat / la linkul de mai jos.” + orice instrucțiune scurtă de folosire.]

Sper să fii la fel de mulțumit ca mine de rezultat. Dacă mai ai nevoie de ceva sau apare vreo întrebare peste o săptămână, două – sunt aici, nu dispar după ce se termină treaba.

Îți mulțumesc pentru încredere, [Numele tău]

PONT

„Nu dispar după ce se termină treaba” e o frază mică cu efect mare. Îți construiește reputația de om pe care te poți baza.

12 Cererea unei recenzii

3 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului mulțumit, la câteva zile după livrare, cât e încă „la cald”.

DE CE ÎL TRIMIȚI

O recenzie sinceră convinge alți zece oameni ca el. Ușurează-i sarcina – dă-i câteva întrebări la care să răspundă, ca să nu stea în fața paginii albe.

SUBIECT

Mi-ai lăsa două rânduri?

Variantă: O rugămințe mică, [Nume]

Bună, [Nume],

Sper că te bucuri de [ce ai livrat] . Am o rugămințe mică: mi-ai lăsa câteva rânduri despre cum ți s-a părut să lucrăm împreună?

Pentru mine contează enorm – ajută alți oameni ca tine să aibă încredere. Ca să-ți fie ușor, poți răspunde pe scurt la:

Cu ce problemă ai venit la mine?

Ce s-a schimbat după?

Ai recomanda și altcuiva? De ce?

Câteva propoziții sincere sunt mai mult decât suficient. Mulțumesc din suflet!

[Numele tău]

PONT

Cele 3 întrebări nu doar ușurează răspunsul – te ajută să primești o recenzie cu problemă + rezultat, exact tipul care vinde.

13 Cererea unei recomandări

3 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clienților tăi preferați, cu care ți-a plăcut să lucrezi.

DE CE ÎL TRIMIȚI

Recomandarea e cel mai ieftin client pe care îl iei vreodată. Cei mai mulți oameni nu te recomandă nu pentru că nu vor, ci pentru că nu s-au gândit sau presupun că ești prea ocupat. Un email le dă ocazia.

SUBIECT

Mă gândeam la tine, [Nume]

Variantă: Cunoști pe cineva căruia i-ar prinde bine?

Bună, [Nume],

Zilele trecute mă uitam peste proiectele de care m-am bucurat cel mai mult și mi-ai venit în minte. Mulțumesc încă o dată pentru încrederea de atunci – a fost o plăcere să lucrăm la [ce ați făcut împreună].

Mă gândeam la ceva: n-ai cumva în minte o singură persoană, cineva exact ca tine, căreia i-ar prinde bine [rezultatul pe care i l-ai adus – ex. „un site care chiar aduce clienți”]?

Dacă îți vine cineva în gând, i-ai putea da numărul meu sau ne poți face legătura printr-un email scurt. Mi-ar face mare plăcere să-l ajut.

Și dacă pot face ceva pentru tine în schimb, spune-mi fără ezitare.

Cu drag, [Numele tău]

PONT - DE CE FUNCȚIONEAZĂ FRAZA

„n-ai cumva în minte o singură persoană, ca tine...”

„n-ai cumva în minte” – sună ca o mică provocare, iar mintea vrea instinctiv să găsească un răspuns.

„o singură persoană” – e mult mai ușor să te gândești la una decât la „cunoști pe cineva?” (unde creierul se blochează în prea multe variante).

„cineva exact ca tine” – e un compliment discret și îl ajută să restrângă lista.

„căreia i-ar prinde bine [rezultatul]” – îi reamintește ce a câștigat lucrând cu tine.

14 Reactivarea unui client vechi

2 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Unui client bun cu care n-ai mai vorbit de mult.

DE CE ÎL TRIMIȚI

E mult mai ușor să readuci un client vechi decât să găsești unul nou. Reia legătura firesc, fără să pară că vrei doar să-i vinzi ceva.

SUBIECT

Mă gândeam la tine, [Nume]

Variantă: A trecut ceva timp!

Bună, [Nume],

A trecut ceva de când n-am mai vorbit și mi-am zis să-ți dau un semn. Cum mai merg lucrurile cu [ceva concret legat de el – ex. „afacerea”, „proiectul la care lucram”] ?

Între timp am [ce e nou la tine – ex. „adăugat un serviciu nou”, „câteva locuri libere luna asta”] , și mi-am zis că poate ți-ar fi de folos. Dar mai ales voiam să te salut.

Dacă vrei să reluăm cândva, mă găsești aici.

Cu drag, [Numele tău]

PONT

Pune salutul înaintea ofertei („mai ales voiam să te salut”). Așa emailul e despre relație, nu despre vânzare – și tocmai de-aia vinde.

15 Mulțumire / mesaj la ocazii

2 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clienților tăi, la sărbători, la un an de la colaborare sau la o ocazie potrivită.

DE CE ÎL TRIMIȚI

Un mesaj cald, fără vânzare, întreține relația și te ține în mintea omului. Oamenii cumpără de la cine își amintesc cu drag.

SUBIECT

Un gând bun de [ocazie]

Variantă: Mulțumesc, [Nume]

Bună, [Nume],

Cu ocazia [sărbătorii / momentului], voiam doar să-ți mulțumesc că ai avut încredere în mine anul ăsta. Oameni ca tine fac munca mea să aibă sens.

Îți doresc [urarea potrivită ocaziei] și sper să ne auzim și în perioada care vine.

Cu drag, [Numele tău]

PONT

Nu strecura nicio ofertă aici. Un mesaj curat de mulțumire e rar și tocmai de-aia se ține minte.

16 Anunț de serviciu nou

4 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clienților existenți – ei află primii, înaintea oricui.

DE CE ÎL TRIMIȚI

Clienții care te cunosc deja sunt cei mai ușor de convinși. Un anunț personal către ei aduce mai mult decât o postare văzută de străini.

SUBIECT

Ceva nou, gândit și pentru tine

Variantă: [Nume], am o veste

Bună, [Nume],

Voiam să afli primul: am lansat [ce e nou – produs/serviciu].

Pe scurt, [ce face și pentru cine e bun – 1-2 propoziții, în beneficiul lui, nu în caracteristici tehnice].

M-am gândit la tine pentru că [motivul concret – ex. „știu că te confrunți cu...”]. Dacă ți se pare util, spune-mi și îți dau toate detaliile. Dacă nu, e perfect și așa.

[Numele tău]

PONT

„M-am gândit la tine pentru că...” transformă un anunț general într-un mesaj personal. Personalul primește răspuns, generalul se ignoră.

17 Refuzul politicos

2 minute de completat

CUI ÎL TRIMIȚI

Cuiva care vrea să lucreze cu tine, dar simți că nu e o potrivire – buget prea mic, nu e genul tău de proiect, sau pur și simplu nu simți că merge.

DE CE ÎL TRIMIȚI

A spune „nu” cererilor nepotrivite e parte din a-ți face loc pentru cele bune. Un refuz cald și clar te face memorabil – iar dacă recomanzi pe altcineva, câștigi respect chiar și când refuzi.

VARIANTA A · BUGETUL E PREA MIC

Subiect: Mulțumesc pentru mesaj!

Bună, [Nume],

Mulțumesc mult pentru interes și mi-ar plăcea să te ajut cu [ce a cerut], mai ales că [un compliment sincer – ex. „proiectul tău sună chiar interesant”].

Ca să-ți dau o idee, serviciile mele pornesc de la [suma]. Dacă se încadrează în ce ai în minte, hai să vorbim – găsești aici o oră care ți se potrivește: [link].

Dacă nu e momentul acum, înțeleg perfect. Îți stau la dispoziție cu drag și pe viitor.

Cu bine, [Numele tău]

VARIANTA B · NU E GENUL TĂU DE PROIECT

Subiect: Mulțumesc pentru mesaj!

Bună, [Nume],

Îți mulțumesc că te-ai gândit la mine pentru [ce a cerut]. Sună chiar interesant.

Din păcate, din cauza [motivul – ex. „nu lucrez pe zona asta” / „sunt complet ocupat perioada asta”], nu cred că sunt eu persoana potrivită aici. Prefer să-ți spun sincer din start decât să livrez ceva de mântuială.

[Dacă poți: „Îl cunosc însă pe [nume], care face exact asta și e foarte bun. Îți fac cu drag legătura, dacă vrei.”]

Îți doresc mult succes cu proiectul! [Numele tău]

VARIANTA C · AȚI VORBIT DEJA

Subiect: Legat de discuția noastră

Bună, [Nume],

Mi-a făcut plăcere să vorbim [ieri / zilele trecute].

M-am mai gândit după și, sincer, cred că nu sunt eu omul potrivit ca să-ți aduc [rezultatul pe care și-l dorește], din cauza [motivul, pe scurt]. Iau doar proiecte în care sunt convins că pot livra la nivelul pe care mi-l cer mie – și de data asta prefer să-ți spun deschis.

Îți doresc să găsești exact omul potrivit pentru asta și mult succes mai departe.

Cu respect, [Numele tău]

PONT

Când poți, recomandă pe altcineva. Un refuz însoțit de o soluție se ține minte mai bine decât multe „da”-uri – și de acolo pot veni recomandări către tine peste ani.

18 Răspuns la o reclamație

5 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului supărat sau nemulțumit.

DE CE ÎL TRIMIȚI

E cel mai important email din listă. Un client nemulțumit, tratat bine, devine adesea cel mai fidel. Ascultă întâi, nu te apăra, oferă o soluție concretă.

SUBIECT

Am citit și îmi pare rău - hai să reparăm

Variantă: Îmi asum și rezolv, [Nume]

Bună, [Nume],

Am citit cu atenție mesajul tău și, în primul rând, îmi pare rău că [problema – spui exact ce l-a nemulțumit, ca să vadă că ai înțeles]. Ai tot dreptul să fii deranjat.

Nu caut scuze. Uite ce îți propun ca să îndreptăm lucrurile: [soluția concretă – ex. „refac partea asta până vineri, fără cost” / „îți returnez...”].

Spune-mi dacă ți se pare corect sau dacă ai prefera altă variantă. Vreau să pleci mulțumit, nu doar „rezolvat”.

Cu respect, [Numele tău]

PONT

Repetă-i problema cu cuvintele lui înainte de orice soluție. Omul vrea întâi să se simtă înțeles, abia apoi vrea reparația. „Nu caut scuze” dezarmează tensiunea instant.

19 Anunț de creștere de preț

4 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clienților existenți, când îți mărești tarifele.

DE CE ÎL TRIMIȚI

Conversația incomodă devine ușoară dacă anunți din timp și, ideal, oferi o fereastră la prețul vechi. Nu-ți cere scuze pentru că prețuiești corect – un preț bun protejează calitatea pe care o livrezi.

SUBIECT

Mi-ar plăcea să lucrăm din nou, [Nume]

Variantă: O schimbare de preț de la [data]

Bună, [Nume],

Mă gândeam zilele trecute la proiectele de care m-am bucurat cel mai mult, iar [ce ați făcut împreună] a fost clar unul dintre ele. Mi-ar plăcea să lucrăm din nou.

Voiam să te anunț din timp: începând cu [data], prețul pentru [serviciu] va fi [noul preț] lei. Am ținut prețul neschimbat cât am putut, dar [motivul scurt și demn – ex. „experiența și rezultatele au crescut și ele” / „au crescut costurile”], și vreau să pot livra la aceeași calitate cu care te-ai obișnuit.

Pentru că ești deja client, îți fac o ofertă: dacă rezervi până pe [data], păstrezi prețul actual pentru [ce anume – ex. „următoarea colaborare” / „încă 3 luni”].

Dacă vrei să profiți sau ai vreo întrebare, spune-mi.

Cu drag, [Numele tău]

PONT

Cârligul e fereastra la prețul vechi.

Un anunț sec de scumpire îndepărtează; o invitație („rezervă până la [dată] și păstrezi prețul”) readuce clienți vechi și îți umple agenda înainte de creștere.

20 Reamintire de plată restantă

2 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Clientului cu o factură neplătită, trecută de scadență.

DE CE ÎL TRIMIȚI

De cele mai multe ori e o simplă scăpare, nu rea-voință. Reamintește ferm, dar fără să strici relația.

SUBIECT

O reamintire scurtă legată de factură

Variantă: Probabil ți-a scăpat, [Nume]

Bună, [Nume],

Sper că ești bine. Îți scriu doar ca reamintire: factura [nr. factură] pentru [serviciu], în valoare de [suma] lei, avea termen [data scadentă] și încă figurează neachitată la mine.

Bănuiesc că pur și simplu ți-a scăpat printre altele – se întâmplă. Ți-o atașez încă o dată aici, cu toate datele de plată pe ea, ca s-o ai la îndemână.

Dacă ai făcut deja plata, ignoră mesajul și mulțumesc. Dacă e vreo problemă, spune-mi și găsim o soluție împreună.

Cu bine, [Numele tău]

PONT

„Bănuiesc că pur și simplu ți-a scăpat” îi oferă omului o ieșire elegantă. Presupune buna-credință și îți păstrezi și banii, și clientul. Reatașează factura în loc să retastezi datele bancare – le are deja pe ea.

21 Propunere de colaborare cu alți furnizori

15 minute de completat

CUI ÎI TRIMIȚI

Altora furnizori care au același tip de clienți ca tine, dar oferă un serviciu diferit și au prețuri asemănătoare (ex. dacă faci prăjituri, un organizator de evenimente sau un florist; dacă faci site-uri, un fotograf sau un contabil pentru firme mici).

DE CE ÎL TRIMIȚI

Un singur furnizor nu acoperă tot ce are nevoie un client. Dacă devii „omul de încredere” pe care alții îl recomandă, primești clienți fără să dai un ban pe reclamă. Iar oamenii întorc favorurile cu favoruri — tu îi trimiți clienți, ei îți trimit clienți.

SUBIECT

[Domeniul tău] de încredere pe care nu-l cunoști încă

Variantă: O idee de colaborare, [Nume]

Bună, [Nume],

[Începe cu un compliment sincer și concret, ca să se vadă că nu e un email trimis la sute de oameni – ex. „Urmăresc de ceva vreme ce faci la [firma lor] și îmi place mult cum [ceva anume].”]

Îți scriu pentru că mă gândeam la ceva. Amândoi lucrăm cu [tipul de client comun – ex. „afaceri mici la început de drum”], doar că tu îi ajuți cu [ce fac ei], iar eu cu [ce faci tu]. De multe ori, aceiași oameni au nevoie de ambele.

Pe scurt despre mine: îi ajut pe [cine sunt clienții tăi] să [rezultatul pe care îl aduci]. Am lucrat cu [1-2 exemple de clienți sau tipuri de afaceri] și au fost mulțumiți de [rezultatul concret]. Îmi vezi lucrările aici: [link].

M-aș bucura să ne recomandăm reciproc, atunci când unul dintre noi întâlnește un client care are nevoie de celălalt. Ce zici?

Dacă ți se pare o idee bună, hai la o cafea (chiar și pe net, 20 de minute) ca să ne cunoaștem. Găsești aici o oră liberă: [link].

Cu drag, [Numele tău]

PONT

Aceeași abordare merge și cu cei care sunt „plini” — furnizori mai scumpi sau ocupați luni întregi, care oricum refuză clienți. Ei caută pe cineva de încredere căruia să le trimită mai departe. Scrie-le și lor:

„Știu că ești adesea rezervat cu luni înainte - dacă vreodată refuzi clienți care nu pot aștepta, mi-ar face plăcere să-i preiau eu, cu grijă.”

CUNOAȘTE ECHIPA



workshop



beacons



**IOANA
BALCAN**

Senior Brand
Strategist

+15 ani experiență



**ALINA
GHERVASE**

Senior Brand
Identity Designer

+16 ani experiență



**MIRCEA D.
BALCAN**

Senior UI/UX
Designer

+16 ani experiență



BRANDCATALYST.CC · CULTCAT.CC