

# **GHID COMPLET DE PROSPECTARE EFICIENTĂ A PIETEII**

*ediție specială*

**PENTRU VÂNZĂRILE DIRECTE**

**BOB BURG**

COAUTOR AL BESTSELLERULUI INTERNAȚIONAL  
*THE GO-GIVER*

Majoritatea cărților BusinessTech International sunt disponibile în condiții avantajoase dacă sunt achiziționate pentru a fi oferite ca premii sau în scop educativ.

În plus, ne putem adapta programelor private de instruire sau motivare oferind, la cerere, consiliere și editare de cărți de afaceri – personalizate sau nu –, pliante cu idei fundamentale sau broșuri. Contactați departamentul Comenzi Speciale la telefon: 021.424.2206, sau [office@BusinessTech.ro](mailto:office@BusinessTech.ro).

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României  
BURG, BOB

**Ghid complet de prospectare eficientă a pieței:  
ediție specială pentru vânzările directe  
BOB BURG**

Trad.: Violeta Limona; Ed.:Iuliana Enache  
BusinessTech International, București, 2019

ISBN 978-606-8709-13-0

I. Limona, Violeta (trad.)  
II. Enache, Iuliana (ed.)

159.9

ORIGINALLY PUBLISHED IN ENGLISH UNDER THE TITLE  
THE LAST PROSPECTING GUIDE YOU'LL EVER NEED:

DIRECT SALES EDITION by BOB BURG

THIS EDITION IS PUBLISHED BY ARRANGEMENT WITH  
TREMENDOUS LEADERSHIP.

COPYRIGHT © 2013 by BOB BURG

ALL RIGHTS RESERVED INCLUDING THE RIGHT OF REPRODUCTION  
IN WHOLE OR IN PART IN ANY FORM.

TOATE DREPTURILE SUNT REZERVATE.

Reproducerea în orice formă sau scop prin metode electronice sau mecanice, inclusiv fotocopiere, înregistrare sau orice alt mijloc de înmagazinare a informației, se poate face doar cu permisiunea scrisă a editorului (BusinessTech International – [office@BusinessTech.ro](mailto:office@BusinessTech.ro)).

# CUPRINS

PREFAȚĂ	9
<b>CAPITOLUL 1: MENTALITATEA</b>	<b>15</b>
SECRETUL CAMPIONILOR	16
POSTURA	18
TE CUNOSC, ÎMI PLACI, AM ÎNCREDERE ÎN TINE	19
LEGEA CELOR 250	20
CUM SĂ GĂSEȘTI, SĂ FACI CUNOȘTINȚĂ ȘI SĂ CÂȘTIGI ÎNCREDEREA UNOR NOI PERSOANE	23
<b>CAPITOLUL 2: PROCESUL PROSPECTĂRII</b> (10 pași	
pentru a găsi prospecti și în piatră seacă)	25
LOCURI ȘI FEȚE	26
ÎNCEPEREA PROCESULUI DE PROSPECTARE	28
Pasul numărul unu: Adaptează-ți atitudinea la motivul pentru care participi la eveniment	28
Pasul numărul doi: Fă o „trecere în revistă a terenului”	28
Pasul numărul trei: Localizează, fără să le abordezi, câteva „centre de influență”	29
Pasul numărul patru: Încearcă să faci cunoștință cu una dintre persoane	30
NU VORBI DESPRE AFACEREA TA DE MARKETING ÎN REȚEA SAU DESPRE PRODUSELE PE CARE LE DISTRIBUI!!!!	31
CONVERSAȚIA INIȚIALĂ	31

Pasul numărul cinci: Începe să construiești o conexiune	31
Pasul numărul șase: Pune întrebări deschise, alese dintre cele pe care le-am strâns sub numele de <i>Bob Burg's 10 Feel-Good Questions®</i>	32
ÎNTREBĂRI CARE ÎI FAC PE OAMENI SĂ SE SIMTĂ BINE	33
Întrebarea numărul unu: „Cum ai început să lucrezi în această afacere?”	33
Întrebarea numărul doi: <i>Ce îți place cel mai mult în munca ta?</i>	34
Întrebarea numărul trei: <i>Prin ce se distinge compania ta de concurență?</i>	34
Întrebarea numărul patru: <i>Ce sfat ai da cuiva care tocmai începe să lucreze în domeniul tău?</i>	34
Întrebarea numărul cinci: <i>Care este cea mai memorabilă (sau mai amuzantă) întâmplare pe care ai trăit-o în afacerea ta?</i>	34
Întrebare suplimentară: <i>Cum prevezi că vor evolua lucrurile în domeniul tău de activitate?</i>	35
Întrebarea Cheie care te va demarca de toți ceilalți oameni pe care i-a întâlnit vreodată prospectul: „Cum pot să știu dacă o persoană cu care stau de vorbă este pentru tine un prospect cu potențial?”	35
Un alt tip de întrebări pe care le poți pune se numește FORM	38
F este de la familie	38
O este de la ocupație	38
R este de la relaxare	38
M este de la mesaj	39
ÎNCHEIE DISCUȚIA ȘI TRECI LA URMĂTORUL PAS	39
Pasul numărul șapte: Încheie discuția	39
Pasul numărul opt: Prezintă-te următorului prospect	40
CONTINUĂ SĂ FACI O IMPRESIE MINUNATĂ	41
Pasul numărul nouă: Ține minte numele prospectilor	41
Pasul numărul zece: Prezintă-i unii altora pe cei cu care ai făcut cunoștință	42
<b>CAPITOLUL 3: Consolidarea relației</b> (Într-un mod amabil și eficient)	45
O ALTĂ „PRIMĂ” IMPRESIE MINUNATĂ	47
Pasul numărul unu: Trimite prospectului o notă de mulțumire personalizată și scrisă de mână	47
IMPRESIA PE CARE AI FĂCUT-O	49
DE CE ESTE IMPORTANTĂ FOTOGRAFIA?	
PENTRU CĂ NOI TOȚI GÂNDIM ÎN IMAGINI	49
PĂSTREAZĂ-I ÎN MINTE	51

Pasul numărul doi: Trimite prospectiilor orice articole extrase din ziare și reviste și orice informații interesante pentru ei personal sau pentru afacerile lor	51
Pasul numărul trei: Ori de câte ori afli că o persoană are o anumită dorință sau o nevoie de un produs sau serviciu, pune-ți întrebarea: „Care dintre prospectii mei ar putea să satisfacă acea dorință sau nevoie?”	52
<b>ACUM A VENIT TIMPUL</b>	53
Pasul numărul patru: În acest moment, lista cu nume a devenit atât de lungă și crește atât de repede încât a venit timpul să începi să dai telefoane	53
<b>CAPITOLUL 4: PROSPECTARE „RAPIDĂ”</b> (Asigură o mulțime de prospecti!)	55
<b>VREA CINEVA O CAFEA?</b>	56
Pasul numărul unu: Relaxează-te la o masă cu o cafea, ia o carte și citește	57
Pasul numărul doi: Observă o persoană cu aspect rafinat ce stă la o masă vecină	57
Pasul numărul trei: Stabilește contactul vizual, zâmbește și salută	57
Pasul numărul trei (supliment): Merge orice altă frază de lansare a conversației	57
Pasul numărul patru: pune câteva întrebări care au darul să facă interlocutorul să se simtă bine	57
<b>DECLARAȚIA „CHEIE”</b>	58
Pasul numărul cinci: Rostește Declarația Cheie	58
Răspunsul numărul 1: „Da, îmi place munca mea. Este minunată. Foarte plăcută și aducătoare de satisfacții.”	58
Răspunsul numărul 2: „Nu, îmi urăsc munca. Nu câștig cât ar trebui și mă simt foarte dezamăgit. Mi-ar plăcea să fac altceva.”	59
<b>CAPITOLUL 5: SĂ PUNEM LUCRURILE CAP LA CAP (CELE DE PÂNĂ ACUM) (Recapitularea elementelor de bază)</b>	61
CONSTRUIEȘTE PE BAZA MICILOR SUCESE	62
FOLOSEȘTE SISTEMUL	62
<b>CAPITOLUL 6: RECOMANDĂRILE</b>	65
CEA MAI OBIȘNUITĂ GREȘEALĂ	67
AI AUZIT-O PE CEA DESPRE...	68
SOLUȚIA ESTE SĂ ÎNGUSTEZI CADRUL DE REFERINȚĂ	69
<b>CAPITOLUL 7: STABILIREA ÎNTÂLNIRILOR PE BAZA RECOMANDĂRILOR</b>	73
<b>CAPITOLUL 8: CONVORBIRILE TELEFONICE ÎN TREI (Ușor ca ABC)</b>	77
INTERES RAȚIONAL: PROPRIUL PROFIT	78

CUM SE FACE	79
DUBLĂ CONSTRUIRE A IMAGINII	80
<b>CAPITOLUL 9: OBIECȚIILE</b> (Ar putea însemna mai mult decât par la prima vedere) (Plus: Cum să le tratezi!)	83
Ideea numărul unu: Păstrează în minte ce vrea să comunice <i>cu adevărat</i> cineva care spune că nu are 320 \$ pentru a se afilia	86
O altă idee	86
<b>CAPITOLUL 10: CUM SĂ RĂSPUNZI OBIECȚIILOR ȘI SĂ CONVINGI PROSPECTUL</b> (Fără să răspunzi obiecțiilor și fără să încerci să-l convingi)	89
<b>CAPITOLUL 11: SISTEMELE CONDUC LA SUCCES</b>	95
<b>CAPITOLUL 12: REALITĂȚI PERCEPTUALE</b>	99
<b>CAPITOLUL 13: LEGEA DĂRUIRII ȘI PRIMIRII CU SUCCES</b> (Partea 1: <i>Extras din Endless Referrals: Network Your Everyday Contacts into Sales</i> , de Bob Burg)	105
<b>CAPITOLUL 14: SĂ ÎNȚELEGEM LEGEA DĂRUIRII ȘI PRIMIRII CU SUCCES</b> (Partea a 2a: „Marele Paradox”; <i>Extras din Endless Referrals: Network Your Everyday Contacts into Sales</i> , de Bob Burg)	111
MARELE PARADOX LEGAT DE A DĂRUI ȘI A PRIMI	113
SUPERVEDETELE MARKETINGULUI ÎN REȚEA	114
Numărul unu: Le place să dăruiască	114
Numărul doi: Știi să conecteze oamenii între ei (ceea ce, într-un sens, ține tot de plăcerea de a dăru)	114
O ADEVĂRATĂ SUPERVEDETĂ A MARKETINGULUI ÎN REȚEA	117
<b>CAPITOLUL 15: DACĂ MARKETINGUL ÎN REȚEA ESTE UN JOC, CÂND ȘTII CĂ AI CĂȘTIGAT?</b>	119
<i>Rețea de relații (definiție Burg)</i>	120
<i>Joc</i>	120
<i>A câștiga</i>	121
DESPRE BOB BURG	123
Despre editura BusinessTech International	125
Sfârșit	128

# PREFAȚĂ

**E**i bine, am vești bune și vești proaste.

Mai întâi veștile bune. Ai în mâinile tale cea mai bună oportunitate de afaceri de pe fața pământului. Te afli la locul potrivit și în momentul potrivit pentru a-ți construi propria afacere. Ai cei mai buni mentori (sponsori, lideri sau oricum i-ai numi pe îndrumătorii tăi) și cel mai bun sistem de construire a unei afaceri, iar compania care se află în spatele acestui sistem este fără reproș, având ani de experiență și succes.

Care este acest sector de activitate?

**Marketingul în rețea sau multilevel marketingul**, formă a vânzării directe prin care produsele și serviciile sunt oferite consumatorilor prin intermediul unei rețele de vânzători direcți și independenți care primesc un comision atât pentru vânzările proprii, cât și pentru vânzările generate de rețelele de vânzători direcți și independenți pe care i-au recrutat și îi îndrumă

personal. Marketingul în rețea a creat milionari și s-a dovedit un mijloc de a obține libertate financiară și mai mult timp liber pentru indivizi întreprinzători exact ca tine. Acest sistem și-a demonstrat viabilitatea timp de atâția ani încât succesul lui este considerat acum de la sine înțeles. Reviste de prestigiu au prezentat obiectiv marketingul în rețea, acordându-i credibilitate și respect. Pentru a avea și tu succes, ai la dispoziție instrumente și cunoștințe în care companiile au investit milioane și milioane de dolari. Vei avea acces la cele mai noi tehnologii și echipamente, iar mijloacele de comunicare ca sistemele de teleconferință sau videoconferință abundă. Ești parte a unei infrastructuri care te așează în scaunul șoferului pe autostrada vieții.

Acestea sunt veștile bune. Și cred că ești de acord cu mine că ele sunt chiar al naibii de bune!

Prin urmare, care sunt veștile proaste?

De fapt, nu sunt chiar niște vești rele. Sunt, mai degrabă, vești din „lumea reală”. Chiar dacă te alături unei companii cu adevărat minunate, cu cele mai bune produse din sector și oferind potențial pentru a câștiga sume de bani enorme și a-ți oferi o viață plină de confort și libertate... ESTE O AFACERE CU OAMENII!!! Așa a fost întotdeauna și așa va fi mereu.

*Deci, Bob, spui că este o afacere cu oamenii. Și ce mare lucru? De ce este asta o veste proastă? Scuze, o veste din „lumea reală”. Adică de ce faci atâta caz că este o afacere cu oamenii. Toate afacerile sunt făcute de oameni și cu oameni.*

Oamenii pot fi dificili. Iată, ... am spus-o. Sincer, asta nu este o mare surpriză pentru tine, nu-i așa? Oamenii sunt dificili și nu acționează întotdeauna în mod logic.

Poate să le fie prezentată o șansă de a scăpa de o viață mediocră, de a oferi mai mult familiilor lor, de a investi mai mult în acțiunile caritabile pe care le preferă și de a-și trăi Visul dar, cu toate acestea, majoritatea spun „nu”. Ei bine, cred că ai dreptul să spui „nu” în anumite situații, dar de ce ar refuza cineva produsele pe care le oferi, compania pentru care lucrezi și șansa de a trăi mai bine?

Și iată și răspunsul meu: habar n-am!

Iar acum VESTEA CU ADEVĂRAT BUNĂ este că... **nu contează** dacă cineva spune „nu”. Și asta pentru că există o mulțime de oameni care caută exact oportunitatea pe care le-o oferi tu, așa încât, tot ce trebuie să faci este să fii pregătit să nu te descurajezi când cineva spune „nu”. Continuă să înaintezi, trecând de suficiente „nu-uri” ca să ajungi și la „da-uri”. Nu contează câți oameni îți spun „nu” și asta deoarece tu știi următoarele:

---

**Există nenumărați oameni pe care îi poți aborda cu încredere și ușurință într-un mod care nu te va face să te simți nervos sau încordat, iar ei vor fi total deschiși la ideea de a fi abordați spre a li se prezenta o oportunitate de afaceri.**

---

*Dar, Bob, din păcate eu nu sunt un profesionist în materie de relaționare. Nu cunosc nenumărați oameni pe care să-i pot aborda cu încredere.*

Înțeleg asta. Te rog să nu crezi că ești singurul în această situație. Sunt fără număr cei care au simțit exact la fel. Apoi, au descoperit că există o metodă de

prospectare, *un sistem* care îți permite să găsești câți oameni dorești spre a le prezenta planul tău de afaceri. Și aplicând acest sistem, nenumărați oameni nu au mai avut nevoie niciodată să-și pună cea mai înfricoșătoare întrebare:

***„Pe cine să mai abordez acum, când lista inițială de nume s-a epuizat?”***

Cunoștințele din această carte te vor îndruma pas cu pas de-a lungul călătoriei pentru găsirea propriei liste nesfârșite de *prospecți* cu potențial. Este ca o hartă care te va conduce direct către comoară!

Aș fi zis mai sus „potențiali clienți” pentru ușurința lecturii. Am scris însă „prospecți”, pentru că știm amândoi că tu nu cauți, pur și simplu, oameni cărora să le vinzi niște produse, ci oameni de care ai nevoie pentru prosperitatea afacerii tale. Tu urmărești să îți construiești o organizație proprie, o rețea puternică de distribuitori direcți pe care să îi coordonezi și de aceea ceea ce cauți tu permanent sunt persoane noi pe care să le ajuți să se înscrie în afacerea pe care o reprezintă.

Înainte de a trece la primul capitol, trebuie să fac trei declarații:

1. Acest sistem funcționează cu certitudine și a fost folosit cu mare succes de către distribuitori, consultanți, întreprinzători independenți, vânzători și afiliați ai multor companii diferite.
2. Norocul nu are nicio legătură cu acest sistem; este strict o chestiune de cauză și efect. Fă ce trebuie și vei avea rezultate.

3. Dacă pare că mă laud, nu este cazul. Nu mă laud deloc cu aceste metode, tehnici și principii de succes, deoarece știu că nu am niciun merit. Am învățat mult mai mult de la alții, comparativ cu ce i-am învățat eu pe alții. De fapt, pot spune cu sinceritate că *nu am făcut descoperiri paradoxale niciodată în viața mea și nu am avut idei autentice*. Am învățat, am aplicat și am perfecționat. Le sunt foarte recunoscător tuturor celor de la care am învățat și sunt onorat să îți împărtășesc și ție, drag cititor, ceea ce am învățat. Nu îți fie teamă ca, la rândul tău, să împărtășești aceste cunoștințe cu alții. După cum vei vedea, nu vei duce niciodată lipsă de prospecți, așa că nu există niciun motiv să păstrezi secrete aceste metode de prospectare!

Îți urez mult succes pe calea ta către schimbarea în bine a vieților multor oameni.

PENTRU TINE ȘI LIBERTATEA TA!  
Bob Burg

## CAPITOLUL III

# CONSOLIDAREA RELAȚIEI

(Într-un mod amabil  
și eficient)

**F**ie că ai întâlnit întâmplător prospectul și ai început să lucrezi pentru a-i câștiga simpatia și încrederea printr-o conversație lejeră, într-un cadru informal (vom vorbi despre asta în capitolul următor) sau la un eveniment organizat, precum cel descris în capitolul anterior, scena este pregătită să treci la etapa de consolidare a relației din cadrul sistemului de prospectare.

Mulți oameni sunt intimidați de această etapă. Ei își imaginează nesfârșite ore de corvezi neplăcute ca gestionarea unor baze de date, apeluri telefonice și

tot felul de acțiuni insistente care să-i facă pe prospecti să le accepte propunerea. Îți propun să nu facem așa ceva.

Vom aplica o strategie simplă, ușoară, care nu este amenințătoare nici pentru tine, nici pentru prospect și, în plus, este foarte eficientă.

Ocazional, dacă ții neapărat, *ai putea* suna prospectul pentru a-l invita să îi prezinți propunerea de afacere. În funcție de cum te-ai descurcat când v-ați întâlnit, ar putea foarte bine să fie dispus să îi prezinți ideea ta. Va veni o vreme când vei proceda destul de des în acest fel, deoarece vei găsi atât de multe nume încât vei dori să accelerezi procesul și să scoți de pe listă oamenii cât mai curând posibil.

Prin urmare, ai putea să-l suni pe Gary a doua zi și să te prezinți din nou. Își va aminti de tine. De ce nu și-ar aminti? L-ai făcut să se simtă foarte bine. Și ar putea să întâmpine cu plăcere ideea de a-i vorbi despre propunerea ta afaceri. Atunci ai putea vorbi cu el despre evoluția prezentă a afacerilor la domiciliu ca mod de sporire a veniturilor și de diversificare a surselor de venit. Ai încerca să afli dacă ar fi interesat să știe cum procedezi tu și, cine știe, ai putea stabili o întâlnire.

Dar șansele ca el să accepte de la început întâlnirea nu sunt la fel de bune ca în cazul în care aplici metodele de consolidare a relației pe care le vom discuta în continuare. Prin urmare, în afară de cazul în care ai o listă mult prea lungă de nume, îți sugerez să amâni încă puțin acel apel telefonic.

## CAPITOLUL VII

# STABILIREA ÎNTÂLNIRILOR PE BAZA RECOMANDĂRILOR

Una este să obții recomandări și cu totul altceva să stabilești întâlniri cu persoanele recomandate. În ciuda faptului că prospectii recomandați cunosc, simpatizează și au încredere în persoana care a făcut recomandarea, este ușor de imaginat ce se petrece în mintea lor:

- „Nu vreau să fiu deranjat de un vânzător.”
- „Nu am nevoie de orice ar vrea el să-mi vândă.”
- „Nu cumva este unul dintre acei vânzători agresivi de care nu mai poți să scapi?”
- „Nu cumva vrea să îmi prezinte o afacere de marketing în rețea?” (Ferească Dumnezeu!)

Având aceste lucruri în minte, să vedem cum putem contacta oamenii într-un mod foarte eficient și care să nu-i facă să se simtă intimidați sau amenințați.

Apropo, deși în capitolul anterior am discutat despre recomandări numai raportat la produse și consumatori, să ne întoarcem la construirea unei afaceri. Motivul pentru care facem asta este că stabilirea unei întâlniri cu un prospect pentru niște produse nu este un lucru deosebit de dificil. Poți menționa că persoana care a făcut recomandarea adoră acele produse sau poți menționa fără probleme un beneficiu sau două și atunci prospectul va fi interesat să afle mai multe. Sau poate că va refuza. Când vei începe să ai mulți prospecti, n-o să-ți pese dacă refuză. (Bine, o să-ți pese... dar nu chiar atât de mult!)

Acum, să presupunem că i-ai prezentat afacerea lui Steve, care nu este interesat în acest moment. Cu toate acestea, ai obținut câteva recomandări din partea lui. Iată cum ar putea suna convorbirea cu prospectul recomandat de Steve.

TU: Domnule Y, sunt Sue Johnson. Cred că îl cunoașteți pe Steve Abbott.

DL. Y: Da, cum îi merge lui Steve?

TU: Minunat. De fapt, am vorbit cu el aseară și a menționat numele dumneavoastră.

DL. Y: Da? Cum?

TU: Sunt pe cale să extind un proiect de afaceri împreună cu câțiva oameni de succes și căutăm persoane care au deja succes, așa ca dumneavoastră, pentru a ni se alătura. Nu pot promite că vi se potrivește, dar Steve v-a laudat și mi-a sugerat să vă sun. Ați vrea să ne întâlnim să bem repede o cafea și să vă prezint pe scurt afacerea?

DL. Y: Sună interesant. Poți să-mi spui un pic despre ce este vorba?

## MARELE PARADOX LEGAT DE A DĂRUI ȘI A PRIMII

Deși a dărui conduce, în fapt, la a primi, dacă dăruiești numai pentru că speri să primești, nu mai merge așa de bine. De fapt, efectul este aproape contrar.

Chiar și acest principiu spiritual are o explicație materială simplă: când dăruiești numai ca să primești sau pentru a fi recompensat, persoana căreia îi dăruiești își dă seama de asta. Nu-ți poți ascunde intenția și nu te poți preface, cel puțin nu pentru prea mult timp. Unii oameni au mai mult talent decât alții să-și ascundă intențiile, dar, în final, aceste intenții ascunse vor ieși la suprafață.

Dăruiește pentru că îți place să dăruiești și nu pentru că te aștepti la un gest de reciprocitate și vei constata că Legea Cauzei și Efectului va lucra pentru tine în moduri pe care un om de afaceri obișnuit nici nu și le poate imagina vreodată.

Thomas Powers, autorul cărții *Networking for Life*, exprimă acest lucru foarte frumos: „Energia se naște... datorită suspendării voite a propriului interes”. Deci nu este vorba de anularea interesului propriu, ci de suspendarea lui. Îmi place această afirmație a lui Powers, deoarece mă duce cu gândul la o trăsătură comună celor pe care eu îi numesc „supervedetele marketingului în rețea”. Acești oameni se întrebă mereu cum își pot aduce o contribuție pozitivă la viața și afacerile altor oameni, spre deosebire de cei care se întrebă mereu ce ar putea obține de la ceilalți.

Repet, și este important să înțelegi, că asta *nu înseamnă* că ei nu se așteaptă să prospere. Ei *știu* că vor prospera enorm, dar nu sunt „atașați emoțional” de ideea de a culege recompense imediat și nici chiar direct de la persoana căreia i-au dăruit ceva. În acest fel, ei se pot concentra total pe latura „dăruire”. Ei

## CAPITOLUL XV

# DACĂ MARKETINGUL ÎN REȚEA ESTE UN JOC, CÂND ȘTII CĂ AI CÂȘTIGAT?

Recent, mi s-a pus această întrebare și primul meu răspuns a fost: „Nu este un joc, este o afacere. O afacere de anvergură”.

Dar interlocutorul a repetat întrebarea.

De această dată, am răspuns, „Nu este un joc, este un sistem de distribuție”.

Dar persoana tot nu era satisfăcută de răspuns și mi-a spus: „Haide, Burg, știi ce vreau să spun. Tu, mai mult ca oricine, ești tentat să vezi totul ca pe un joc, așa că răspunde la întrebare: *Dacă marketingul în rețea este un joc, cum știi când ai câștigat?*”