

JEB BLOUNT

SALESGRAVY.COM

ANTHONY IANNARINO

AVANTAJUL AI

STRATEGII DE VÂNZĂRI PENTRU DESCĂTUȘAREA
PUTERII AI, CA SĂ ECONOMISEȘTI TIMP,
SĂ VINZI MAI MULT ȘI SĂ ZDROBEȘTI CONCURENȚA

Traducere din limba engleză
de **Mihaela Ioncelescu**

ap!
act și politon

CUPRINS

PREFAȚĂ. Prima generație	11
PARTEA 1: Accesarea AI	
1. Cum a început totul	19
2. AI peste tot, în orice moment	23
3. Următorul nivel: este aproape Singularitatea?	29
4. Bărbatul de șase milioane de dolari	31
5. Cele patru elemente ale inteligenței în vânzări	39
PARTEA 2: Regulile roboților	
6. Minciuna are picioare scurte	49
7. Roboții au obiective, nu suflete	51
8. Atenție la prejudecata autorității	55
9. Valorificarea inteligenței artificiale generative	59
10. Regulile roboților	63
PARTEA 3: Mai mult timp pentru a vinde mai mult	
11. Disciplina timpului	71
12. Fundamentele Autogestionării	76
13. Controlul atenției și împărțirea timpului în intervale	82
14. Planificarea zilelor de vânzări, sistemul CRM și gestionarea calendarului	86
15. Primii șapte pași pe drumul către valorificarea avantajului AI	95

16. Auditul investiției în timp	98
17. Brainstorming și stabilirea priorităților privind posibilitățile oferite de AI	105
18. Practica și solicitările	118

PARTEA 4: Scriere, gramatică și comunicare

19. Dacă măcăne ca o rață...	137
20. Scrie și editează mai bine	144
21. Puterea editării	149
22. AI scrie mai repede, dar voi aveți umanitate	167

PARTEA 5: Prospectare

23. Vânzătorul asincron	175
24. Prospectarea sincronă <i>versus</i> prospectarea asincronă	182
25. Un puternic partener de prospectare	187
26. Secvențe de prospectare	190
27. Listele de potențiali clienți	201
28. Mesajul contează	209
29. Prospectarea lentă	226

PARTEA 6: Calificarea, planificarea anterioară apelurilor, explorarea

30. În vânzări totul începe cu o oportunitate calificată	241
31. Arta de a explora	246
32. Cele opt mari greșeli de evitat în etapa de explorare	252
33. Documentarea premergătoare efectuării apelurilor de explorare	260
34. Întrebări de explorare: ce vrei să afluți	277

PARTEA 7: Încheierea afacerii

35. Analiza concurenței și prevenirea obiecțiilor	299
36. Propuneri bazate pe AI	306

37. Încheierea vânzării	312
38. Studii de caz și dovada socială	321
39. Contracte și avocați, termeni și condiții – oh, Doamne!	325
40. AI transformă sistemul vostru CRM într-un partener strategic	330
Epilog: Viitorul vânzărilor	339
Despre autori	349

PREFAȚĂ

Prima generație

Pornim într-o călătorie transformatoare pentru a valorifica puterea inteligenței artificiale (*Artificial intelligence* - AI) cu scopul de a economisi timp, a vinde mai mult și a redefini arta de a vinde. Această carte reprezintă un ghid destinat să vă ajute să identificați modul în care să începeți să integrați inteligența artificială în procesul și abordările voastre de vânzare.

Sunteți prima generație de lideri în vânzări, manageri și agenți de vânzări care au acces la inteligența artificială. Acest moment reprezintă un punct de cotitură, unul care ne rupe de trecut și de la care nu mai există cale de întoarcere. Agenții de vânzări din viitor vor fi echipați cu AI și la fel vor fi și clienții voștri.

Cert este că majoritatea agenților de vânzări din epoca modernă vor folosi AI pentru a economisi timp prin automatizarea proceselor și reducerea sarcinilor, cum ar fi actualizarea contactelor din sistemul CRM* sau mutarea tranzacțiilor

* Acronimul în lb. engl. pentru *Customer Relationship Management* (Managementul Relațiilor cu Clienții); este o aplicație software care cumulează, corelează și analizează toate datele despre clienți și include toate tipurile de interacțiuni dintre o companie și clienții săi. CRM include activitățile aferente departamentelor de marketing, de vânzări, financiar și asistență tehnică cu privire la clienți, potențiali clienți, furnizori și parteneri. (n. red.)

dintr-o etapă de oportunitate la următoarea, în funcție de însemnările voastre.

Unele companii vor lua decizia nefericită de a automatiza întregul proces de vânzări și de servicii, considerând că pot înlocui relațiile interumane cu roboți lipsiți de sentimente. Deși aceasta poate funcționa în cazul vânzărilor tranzacționale cu risc redus, sunt șanse minime de succes atunci când un client se află în situația de a lua o decizie extrem de importantă care trebuie să fie cea corectă din prima încercare.

În cazul deciziilor complexe de achiziție și a ciclurilor lungi de vânzări, *voi*, profesioniștii din domeniul vânzărilor, veți deveni mai importanți ca niciodată. În această perioadă marcată de schimbări rapide și continue, cumpărătorii întâmpină deja dificultăți în a dobândi încrederea și siguranța necesare pentru a merge mai departe. Ei vor avea în continuare nevoie de sfaturile și îndrumările voastre de specialitate atunci când trebuie să ia decizii importante.

Vestea bună este că, în era AI, stăpânirea abilităților sociale, a relațiilor și a contactelor interumane vă va oferi un avantaj competitiv semnificativ.

Vestea proastă este că, dacă ezitați să adoptați instrumentele AI, veți fi rapid depășiți de cei care o fac. Pentru că faceți parte din prima generație, nu există un plan stabilit care să vă îndrume în adoptarea și implementarea AI. Și, desigur, acesta este motivul pentru care am scris această carte.

Aceasta este o carte despre vânzări

Avantajul AI este un ghid de bază pentru utilizarea AI cu scopul de a economisi timp și de a vinde mai mult. Vă arată cum să preluați controlul asupra unui motor puternic, care vă va ajuta să vă atingeți obiectivele de vânzări.

Aceasta este o carte despre vânzări, nu despre tehnologie. Noi vă învățăm cum să valorificați AI în contextul activităților de vânzare din cadrul procesului de vânzare, pentru a obține un avantaj competitiv. Noi facem legătura între AI și obiectivele de vânzare care trebuie atinse din lumea reală, axându-ne în special pe:

- comunicare și transmiterea mesajelor
- prospectare
- planificarea și documentarea preliminară apelurilor telefonice
- discuții de vânzare eficiente
- vânzări bazate pe explorare și perspective
- negocierea și încheierea tranzacțiilor.

Noi suntem profesioniști în vânzări și am scris această carte pentru profesioniștii în vânzări. De asemenea, suntem adepții capitolelor scurte, prin urmare exact asta veți găsi în această carte: capitole scurte, clare și la obiect.

O singură voce

Pentru a evita dialogul greoi și repetitiv, care tinde să domine cărțile cu mai mulți autori, noi folosim, în majoritatea situațiilor, o singură voce. Împărtășim aceeași filosofie privind

vânzările și nu considerăm necesar să ne separăm punctele de vedere. De asemenea, credem că nu există adevăruri absolute când vine vorba de tehnici sau abordări de vânzare. Totul funcționează. Depinde de voi să stabiliți ce anume vă oferă cea mai mare probabilitate de succes în situațiile voastre specifice de vânzări.

Pentru a oferi context sau pentru a face referire la opinii contrare ori la dreptul nostru individual de proprietate intelectuală, în unele situații vom preciza că o anumită tehnică sau metodologie aparține unuia dintre noi (Anthony sau Jeb) și vom indica o referință către sursa respectivei informații.

Această carte vă găsește la momentul potrivit

Cu ajutorul planificării și execuției atente, AI generativă poate fi un instrument puternic care să vă ajute să vindeți mai mult. Cu toate acestea, s-ar putea să vă simțiți copleșiți atunci când veți începe să lucrați cu AI. Inovația avansează într-un ritm atât de rapid încât ar putea fi dificil să vă dați seama de unde să începeți.

Scopul nostru nu este nici să prezentăm o listă exhaustivă a instrumentelor și a platformelor existente, nici să explicăm în mod specific modul lor de utilizare. Tehnologia evoluează mult prea rapid pentru un astfel de demers.

În schimb, vom face o prezentare generală a modului în care instrumentele AI vă pot ajuta în activitatea de agenți de vânzări. Bineînțeles că vom menționa unele dintre cele mai importante și mai promițătoare software-uri, dar vom discuta și dintr-o perspectivă mai largă pentru a vă ajuta să înțelegeți mai bine cum și când poate fi utilă AI – și când oamenii contează mai mult. Oferindu-vă sfaturi și principii de bază,

veți fi pregătiți să luați decizii în cunoștință de cauză pe măsură ce veți avea de-a face cu alte instrumente AI în cadrul activității voastre.

Ceea ce știm cu certitudine este că ne aflăm abia la începutul unei revoluții importante în domeniul AI. Această carte a fost scrisă pentru a vă veni în ajutor într-un astfel de moment. Acum este momentul să vă pregătiți, să învățați și să descoperiți cum să integrați AI în activitățile voastre de vânzări, pentru a începe procesul de fuziune dintre intuiția, creativitatea și empatia umană cu AI, obținând astfel un avantaj competitiv decisiv.

Acesta este cel mai bun și mai potrivit moment să vă începeți călătoria către stăpânirea AI. Trebuie să fiți pregătiți pentru că trenul AI se apropie. Urcați în el! Nu ratați acest moment!

Avertisment

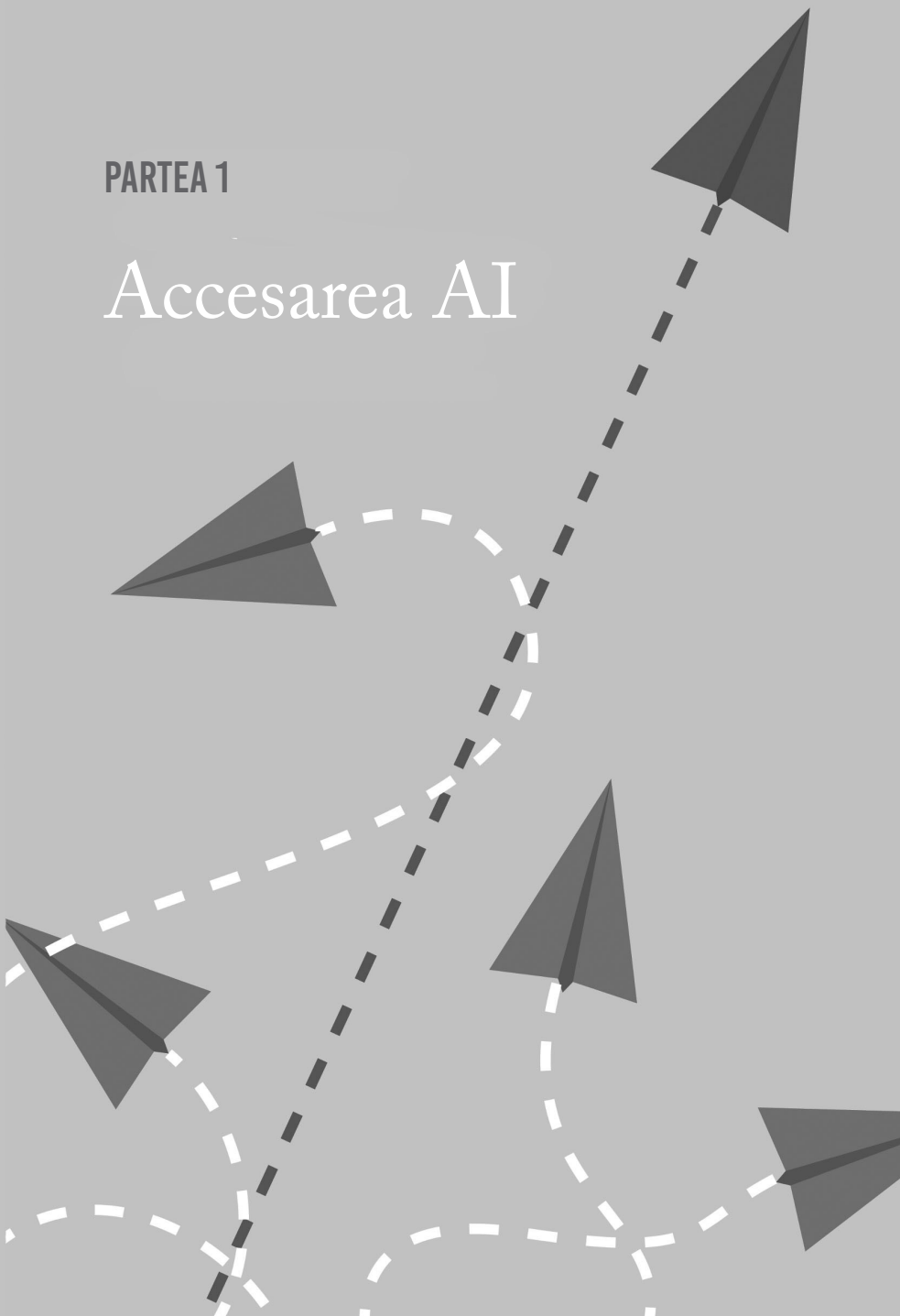
Această carte despre inteligența artificială (AI) are un scop pur informativ. Autorii, editorii și colaboratorii (pe care îi vom denumi în continuare colectiv „noi”) nu sunt responsabili și nu oferă nicio garanție, explicită sau implicită, în privința exhaustivității, acurateței, fiabilității, oportunității sau disponibilității conținutului prezentat sau oferit în această carte pentru orice scop. Prin urmare, dacă alegeți să vă bazați pe aceste informații o veți face pe proprie răspundere.

Această carte poate pune în discuție scenarii ipotetice, tehnologii emergente și potențiale evoluții ulterioare în domeniul AI. Aceste discuții sunt speculative și nu reprezintă garanții ale unor performanțe sau dezvoltări viitoare.

Tehnologia AI și aplicațiile sale sunt în continuă evoluție și este posibil ca informațiile din cartea de față să nu mai fie de actualitate.

PARTEA 1

Accesarea AI





Piața muncii din viitor
va fi alcătuită din acele
joburi pe care roboții
nu le vor putea face.

— *Michio Kaku*

1



Cum a început totul

Într-o seară, pe la începutul anului 2023, întins pe pat, eu (Jeb) am tastat într-o versiune timpurie a ChatGPT următoarele cuvinte: „Scrie o poveste despre coiotul Zig Zag, linxul de mlaștină și câinii de vânătoare ai domnului Wilson”. În timp ce priveam cum scria povestea în doar câteva secunde, am simțit deopotrivă entuziasm și groază.

I-am arătat povestea soției mele și i-am spus: „Citește asta! A scris-o un robot pe nume ChatGPT”. M-a acuzat că o mint. Era convinsă că „un nenorocit de robot” nu ar fi putut să scrie așa ceva „în niciun caz”!

În momentul acela, am știut în adâncul sufletului meu că în lumea noastră totul se schimbase. O nouă eră se deschidea dintr-odată în fața noastră.

În cei 10.000 de ani de istorie a omenirii au mai existat câteva astfel de momente cruciale care au schimbat totul. Aproape toate s-au petrecut în ultimii 100 de ani.

Roata a făcut posibil transportul.

Inventarea agriculturii și domesticirea animalelor ne-au transformat din vânători și culegători înfomețați în ziditori de imperii.

Am înțeles că Pământul este rotund, nu plat.

Am folosit vântul în transportul maritim, ceea ce a declanșat explorarea, expansiunea umană, colonizarea și suferințe de nedescris.

Tiparul a eliberat cunoașterea care, până atunci, era accesibilă doar unui număr mic de oameni.

Praful de pușcă a schimbat imaginea războiului, la fel cum bomba atomică a transformat imaginea păcii.

Electricitatea a făcut totul posibil în viața modernă.

Lumina electrică ne-a scos din întuneric.

Penicilina a pus capăt celor 40.000 de ani de suferință umană cauzată de infecții.

Imunizările au eradicat boli, iar speranța de viață a crescut exponențial.

Telegraful a conectat oamenii din diferite regiuni.

Telefonul a conectat oamenii de pe tot globul.

Apelurile video au redus distanțele fizice de pe întregul glob și ne-au ajutat să vedem cât de multe lucruri avem în comun.

Trenurile, avioanele și automobilele ne-au pus în mișcare și au creat o economie globală.

Am călătorit în spațiu. Pe Lună. Pe Marte. Înapoi pe Lună. Pe Marte.

Bill Gates a pus în mâinile oamenilor o imensă putere computerizată.

Internetul a făcut cunoașterea omniprezentă și a conectat întreaga lume.

Google a schimbat internetul.

Steve Jobs a inventat iPhone-ul și ne-a pus acest mic computer în buzunar, transformând omenirea și făcându-ne să privim neîncetat la acest mic dispozitiv al distragerilor nelimitate.

Facebook, TikTok și alte rețele de socializare au democratizat cunoașterea și ne-au oferit modalități instantanee de a urmări oameni trăsnîți făcând o mulțime de lucruri trăsnite.

Apoi, dintr-odată, AI a deschis cutia Pandorei și totul s-a schimbat. Sau cel puțin aceasta a fost senzația.

Ar putea fi acesta sfârșitul omenirii așa cum o cunoaștem? Pentru a vă face o idee despre cum s-ar putea întâmpla asta și pentru a vă speria cu adevărat, ar trebui să urmăriți *Terminatorul* și alte câteva zeci de filme distopice despre AI, care ne arată de ce anume ar trebui să ne temem când vine vorba despre AI.

Poate că AI ne va ucide. Sau poate că nu (cel puțin, deocamdată). Fiindcă avem degete opozabile, putem să scoatem ștecherul din priză – până când roboții îl vor introduce la loc când nu vom fi atenți.

Este însă mult mai probabil ca oamenii foarte inteligenți (ca voi) să se conecteze la puterea AI și să o valorifice pentru a realiza mai multe lucruri, pentru a avea performanțe mai bune, pentru a dobândi un avantaj competitiv și pentru a recăpăta acel lucru pe care nicio invenție din lume nu a reușit să îl multiplice: *timpul*, cea mai valoroasă, limitată și neregenerabilă resursă a noastră.

Totul ține, în fond, de perspectivă, de mentalitatea pe care o alegeți și de lentilele prin care priviți inteligența artificială.

Momentul adevărului

Seara aceea, în care stăteam întins alături de soția mea care își exprima indignarea în termeni deloc eleganți, a fost pentru mine momentul adevărului. Îmi doream cu disperare să introduc duhul înapoi în lampă. Doream să-mi bag capul în nisip și să mă prefac că nu asistasem la cea mai profundă schimbare din existența omenirii. Dar nu aveam cum să mă ascund de adevăr.

În această nouă lume îndrăzneată, vor exista trei tipuri de oameni:

1. Oamenii care vor fi **înlocuiți** de roboți.
2. Oamenii care vor fi **controlați** de roboți.
3. Oamenii care **vor evolua** cu ajutorul roboților.

Pentru a supraviețui și a prospera în viitor, este esențial să ne situăm în cea de-a treia categorie. Trebuie să ne concentrăm pe a fi oameni. Trebuie să devenim fundamental mai buni în a face lucrurile pe care numai oamenii le pot face. Trebuie să folosim AI ca pe un instrument care să ne sporească avantajul uman și să ne ofere mai mult timp pentru a face acele lucruri la care ne pricepem cel mai bine.



2

AI peste tot, în orice moment

Dacă trăiești de mai mult de 10 minute, atunci știi că tehnologia evoluează rapid. Viteza schimbărilor continuă să depășească capacitatea noastră umană de a le accepta și de a le face față.

De la începuturile sale și până în stadiul actual, în care ne aflăm în pragul unei explozii uriașe a inovației în domeniul AI, inteligența artificială a avansat constant încă din clipa în care omenirea și-a imaginat pentru prima dată că gândirea umană ar putea fi mecanizată.

Se pare că AI este peste tot, în orice moment, iar această schimbare bruscă, care ne întoarce lumea pe dos, a apărut de nicăieri. Dar adevărul este că inteligența artificială a apărut, dacă ar fi să cităm faimoasele cuvinte ale lui Ernest Hemingway (atunci când se referea la faliment), „treptat, apoi dintr-odată”.

Talos

De la începuturile omenirii, s-au spus povești despre mașini înzestrate cu inteligență artificială. „Semințele” inteligenței artificiale moderne au fost plantate pentru prima dată de povestitorii și filozofii antici din Grecia, China și Bharat. Filozofii antici, printre care și Aristotel, au încercat să structureze și să sistematizeze raționamentul.

Textele antice, la fel ca literatura științifico-fantastică modernă, sunt pline de ființe artificiale înzestrate cu o inteligență supranaturală, dăruită de oameni sau de zei. Un exemplu timpuriu este *Talos*, un umanoid de alamă, creat de zei pentru a proteja insula Creta. Talos și-a îndeplinit misiunea pentru care a fost creat până când a fost înfrânt de Medeea, o semizeică vrăjitoare. În acest exemplu străvechi, AI s-a împotrivit oamenilor, însă a fost înfrântă de magie.

În secolul al XVII-lea, filozofi precum Hobbes, Descartes și Leibniz au continuat să caute o metodă de a reduce gândirea rațională la algoritmi matematici. Activitatea lor a devenit fundamentul studiului logicii matematice de la începutul secolului al XX-lea, care a reprezentat primul progres semnificativ în domeniul inteligenței artificiale.

Testul Turing

În 1950, într-o perioadă în care știința rețelelor neuronale era încă la început, Alan Turing și-a pus întrebarea: „Pot mașinile să gândească?” În încercarea de a răspunde la această întrebare, Turing a dezvoltat faimosul și importantul *test Turing*, care măsoară capacitatea unei mașini de a manifesta un comportament inteligent, imposibil de distins de cel uman.

Testul Turing se desfășoară astfel: un om pune întrebări unui partener de discuție nevăzut. Cel care întreabă nu poate vedea cu cine vorbește, însă trebuie să își dea seama dacă discută cu un alt om sau cu un computer. Atunci când persoana confundă computerul cu o altă persoană, computerul testat a trecut testul Turing pentru că și-a demonstrat capacitatea de a „gândi”.

Turing, de altfel, a fost omul de știință britanic și eroul care a descifrat codul Enigma al naziștilor în timpul celui de-Al Doilea Război Mondial. Acest fapt a scurtat războiul cu ani buni și a salvat milioane de vieți.

Rețele neuronale

Progresul modern către un viitor în care computerele și roboții au capacitatea de a gândi și a acționa asemenea oamenilor a început cu adevărat în 1943, odată cu cercetările lui Walter Pitts și Warren McCulloch asupra neuronilor artificiali, în ceea ce mai târziu am început să numim „rețea neuronală”.

Prima mașinărie cu rețea neuronală a fost construită în 1951 de Marvin Minsky, profesor la Harvard. Inovația a dus la înființarea atelierului de la Dartmouth în 1956. Cunoscut oficial drept *Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence* (Proiectul estival de cercetare a inteligenței artificiale de la Dartmouth), atelierul de la Dartmouth este considerat data de naștere a inteligenței artificiale ca domeniu de studiu științific organizat.

Cei patru oameni de știință care au propus organizarea atelierului de la Dartmouth au fost Minsky, John McCarthy (Colegiul Dartmouth), Nathaniel Rochester (IBM) și Claude Shannon (Laboratoarele Bell). Pe parcursul a două luni, ei au

colaborat cu alți oameni de știință și matematicieni pentru a dezbate afirmația potrivit căreia „fiecare aspect al învățării sau orice altă caracteristică a inteligenței poate fi descrisă atât de precis încât poate fi construită o mașină pentru a o simula”^{*}.

Aceasta avea să fie cunoscută ulterior sub denumirea de „ipoteza sistemelor fizice de simboluri”^{**}.

Un aspect interesant: John McCarthy a introdus termenul de *intelență artificială* în cadrul atelierului de la Dartmouth în 1956.

Iarna AI

La atelierul de la Dartmouth au participat cele mai strălucite minți ale anilor 1950 din domeniul inteligenței artificiale, generând un val de finanțări (din fonduri academice, private, guvernamentale și militare) și de cercetări pentru a transforma teoria în realitate.

Mulți experți din domeniu erau convinși că, în doar câțiva ani, vor fi disponibile mașini funcționale dotate cu inteligență artificială; totuși, această idee s-a dovedit mult mai greu de pus în practică decât și-ar fi închipuit cineva. De la sfârșitul anilor 1950 până la mijlocul anilor 1990, finanțarea și

* John McCarthy, Marvin Minsky, Nathan Rochester și Claude Shannon, *A Proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence* (Propunere pentru proiectul estival de cercetare privind inteligența artificială), 3 august 1955, arhivat din original pe 30 septembrie 2008, preluat pe 16 octombrie 2008. (n. aut.)

** Allen Newell și H.A. Simon, „GPS: A Program that Simulates Human Thought” (GPS: un program care simulează gândirea umană), 1963, în E.A. Feigenbaum, J. Feldman (ed.), *Computers and Thought* (Computere și gândire), McGraw-Hill, New York. (n. aut.)

interesul pentru AI au fluctuat pe măsură ce numeroasele eșecuri s-au acumulat, iar oamenii de știință nu au reușit să transforme teoria în realitate.

Au existat, desigur, unele progrese, cum a fost cazul „sistemelor expert”, care au fost precursorii marilor modele actuale de limbaj, însă, în ansamblu, acest drum lung a fost denumit „iarna AI”.

Trezirea

În 1997, supercomputerul Deep Blue al companiei IBM l-a învins pe campionul mondial la șah, Garry Kasparov. Deep Blue a reușit să proceseze 200 de milioane de mutări de șah pe secundă, iar apoi să selecteze cea mai bună variantă. Acest moment fundamental în istoria AI, alături de creșterea exponențială a puterii de calcul (vedeți Legea lui Moore*), a marcat o etapă de „trezire” a inovației în domeniul inteligenței artificiale, care a permis supercomputerului Deep Blue să creeze mutări noi, care nu mai fuseseră folosite vreodată în jocul de șah de către oameni. În sfârșit, lunga iarnă se încheiase.

Din acel moment, inovația a avansat într-un ritm tot mai alert. Puterea uriașă de calcul a deschis calea către marile modele de limbaj care au alimentat instrumentele de inteligență artificială generativă precum faimosul ChatGPT al OpenAI. Un uriaș model de limbaj este antrenat prin colectarea tuturor textelor de pe internet și integrarea lor într-un program computerizat care va „învăța” semnificația acestor

* Gordon E. Moore, „Cramming more components onto integrated circuits” (Cum să introducem mai multe componente în circuitele integrate), în *Electronics* 38, nr. 8, 19 aprilie 1965. (n. aut.)

texte și le va folosi pentru a genera texte într-o manieră asemănătoare oamenilor.*

Astăzi, inteligența artificială generativă, într-o formă sau alta, este integrată în aproape fiecare instrument pe care îl folosim și aplicată în cea mai mare parte a disciplinelor profesionale din sectoarele guvernamentale, nonprofit și private.

* <https://machinelearningmastery.com/what-are-large-language-models/> (n. aut.)



Următorul nivel: este aproape Singularitatea?

În cartea sa *The Singularity Is Near (Singularitatea este Aproape, 2005)*, futurologul și profetul AI, Ray Kurzweil, prezice că învățarea automată se va accelera în timp până în punctul în care mașinile vor deveni mai inteligente și mai capabile decât oamenii. El numește acest moment *Singularitate*. De asemenea, prezice că oamenii vor fuziona, în cele din urmă, cu AI pentru a deveni nemuritori. *(Nemurirea! Mi-ar plăcea să fac o călătorie cu racheta asta.)*

Cartea merită citită, dar vă avertizez că vă va înfricoșa atunci când Kurzweil explorează și scenariul sumbru în care omenirea ar putea să fie exterminată de inteligența artificială scăpată de sub control.

Această temere, alături de explozia AI în toate aspectele vieții, este cea care generează acum dezbatere privind măsurile de precauție care ar trebui luate, inclusiv reglementări care să stabilească modul în care să fie folosită AI și cum poate fi proiectată în concordanță cu valorile umane.

Una dintre temerile cele mai presante ale profesioniștilor din aproape toate sectoarele industriei este dacă va exista un moment de singularitate în care „AI mă va înlocui la locul de muncă”. Într-o lume în care roboții pot să scrie, să comunice și să imite comportamentul uman, această temere nu este deloc irațională.

Vestea bună pentru profesioniștii din domeniul vânzărilor este aceea că o comunicare în timp real, directă, autentică, față în față (sau audio) – la care agenții de vânzări se pricep cel mai bine – va fi mult mai apreciată în viitor, pentru că reprezintă unica formă de comunicare în care se poate avea cu adevărat încredere. Aceasta înseamnă că profesioniștii din vânzări vor deveni mai importanți ca niciodată.

Aceasta este o veste foarte bună pentru profesia de agent de vânzări și, probabil, singularitatea care ne readuce la elementele de bază ale excelenței în vânzări: relațiile, arta conversației, empatia, inteligența emoțională, capacitatea de a asculta, perspicacitatea în afaceri, intuiția și consolidarea încrederii. Poate că vom reuși să ne folosim de AI pentru ca, în final, să putem să comunicăm din nou cu oamenii.

Bărbatul de șase milioane de dolari

Domnilor, îl putem reconstrui. Avem tehnologia necesară. Avem capacitatea de a construi primul om bionic din lume. Steve Austin va fi acel om. Mai bun decât a fost înainte. Mai bun, mai puternic, mai rapid.

Aceasta este introducerea din serialul de televiziune *The Six Million Dollar Man* (Bărbatul de șase milioane de dolari). În copilărie, eram obsedat de acest serial. Aveam figurinele personajelor și îmi imaginam mereu că sunt o ființă dinamică, jumătate om, jumătate robot. Petreceam ore întregi pretinzând că sunt Bărbatul de șase milioane de dolari, care îi învingea pe ticăloși – cu toate efectele sonore incluse.

Mai bun, mai puternic, mai rapid și mai inteligent. Ideea unei ființe, om și mașină deopotrivă, a fost un element de bază al literaturii științifico-fantastice încă de la începuturile acestui gen. Am fost mereu fascinați de posibilitatea de a combina tot ceea ce este mai bun în oameni cu tot ceea ce este mai bun la mașini.

Încă din anii 1800, scriitorii au creat personaje care erau parțial oameni, parțial roboți. Edgar Allan Poe ni l-a dat pe John A. B. C. Smith, al cărui asistent îl asambla în fiecare dimineață, piesă cu piesă. Omul de tinichea al lui L. Frank Baum i s-a alăturat lui Dorothy ca să îl găsească pe Vrăjitorul din Oz și ca să primească o inimă adevărată pentru a putea trăi cu adevărat emoțiile oamenilor. Cu cât Darth Vader se lasă mai mult pradă mâniei sale, cu atât mai mult George Lucas îl transformă într-o mașină. P. Lovecraft, Michael Crichton și Frank Herbert au inventat creaturi asemănătoare, însă, cu mult înaintea lor, Leonardo da Vinci a conceput un cavaler mecanic și se crede că a și construit un prototip în 1495.

Astăzi suntem mai aproape ca oricând să transformăm în realitate această temă centrală a literaturii științifico-fantastice. Inteligența artificială este aici și, deși ne aflăm la începutul unei revoluții de avangardă, vizionarii caută deja modalități de a conecta AI direct la creierul uman.* Dispozitivul Neuralink al lui Elon Musk este un implant cerebral menit să îi ajute pe oamenii care suferă de paralizie, permițându-le să controleze programe computerizate cu ajutorul gândurilor. Kernel al lui Bryan Johnson este un implant cerebral care monitorizează activitatea neurologică în speranța că, într-o bună zi, le va permite oamenilor și inteligenței artificiale să „coevolueze”. Anthony a suferit două intervenții

* Mike Snider, „Elon Musk’s Neuralink Has FDA Approval to Put Chips in Humans’ Brains. Here’s What’s Next” (Neuralink creat de Elon Musk a primit aprobarea FDA pentru a insera cipuri în creierul oamenilor. Iată ce urmează), în *USA Today*, 9 iunie 2023, <https://www.usatoday.com/story/tech/2023/06/09/musk-neuralink-brain-chips-fda-human-trials/70299875007/>. (n. aut.)

chirurgicale pe creier, lăsând un spațiu pentru a se putea conecta la AI. (Ce spuneți de asta? AI pentru AI*).

Pe măsură ce această tehnologie se dezvoltă și schimbă viața oamenilor, profesia de agent de vânzări, la fel ca restul lumii, se află în pragul unei noi realități în care combinăm tot ce este mai bun din natura noastră umană cu inteligența artificială, pentru a putea să amplificăm și să valorificăm potențialul avantajului nostru uman.

Avantajul AI

AI va duce domeniul vânzărilor pe noi culmi. Unele dintre aplicații sunt deja la un pas distanță de noi, în vreme ce altele vor veni puțin mai târziu. Iată doar câteva dintre numeroasele modalități prin care inteligența artificială generativă vă va ajuta să faceți mai repede și mai bine lucrurile pe care le faceți în prezent:

Crearea de conținut personalizat: AI va fi integrată în sistemele de management al conținutului pentru a genera automat prezentări, rapoarte, videoclipuri personalizate, concepute în funcție de profilul specific al clientului.

Mesaje de prospectare: AI generativă va face ca redactarea unor mesaje de prospectare convingătoare, care să maximizeze implicarea, să fie mai ușoară, mai rapidă și mai personalizată.

Crearea listelor de prospectare: AI va analiza seturi uriașe de date și informații disparate pentru a elabora

* Joc de cuvinte în limba engleză: *AI for AI (Artificial Intelligence for Anthony's Interface - Inteligența artificială pentru interfața lui Anthony)*. (n. red.)

liste de prospectare dinamice și specifice, care să evidențieze oportunitățile care apar într-o fereastră de cumpărare*. Apropo, acesta este visul devenit realitate al lui Jeb. Imaginați-vă cât de fantastic ar fi să aveți o asemenea listă de prospectare!

Mesaje de răspuns automate: Mesajele de răspuns pot face diferența între încheierea unei tranzacții și pierderea ei. Utilizând instrumentele de inteligență artificială generativă, echipele de vânzări pot programa și automatiza mesaje de răspuns în concordanță cu discuțiile anterioare, asigurând o comunicare promptă și relevantă.

Previziuni avansate privind vânzările: Cu toate că sunt importante, previziunile tradiționale privind vânzările nu pot procesa volumul imens de date disponibile astăzi. Pe de altă parte, AI generativă poate analiza seturi mari de date, făcând previziuni ale vânzărilor mai precise, bazate pe date. Acest lucru permite o alocare mai eficientă a resurselor și o mai bună planificare a strategiilor.

Interpretarea de roluri virtuale pentru formare: Cu ajutorul simulatoarelor AI, echipele de vânzări pot exersa și își pot perfecționa diferitele tehnici de vânzare precum prezentarea, gestionarea obiecțiilor și încheierea vânzărilor în cadrul unor scenarii realiste.

* Fereastra de cumpărare (*buying window* în lb. engl.) se referă la intervalul de timp în care un potențial client este dispus și are capacitatea să achiziționeze un produs sau serviciu. Aceasta poate fi influențată de factori precum bugetul, nevoile specifice, tendințele pieței sau chiar ciclurile sezoniere. (n. red.)

Avantajul uman

Există anumite voci, pe rețelele de socializare, care prezic un viitor distopic în care AI îi va înlocui pe agenții de vânzări. Aceste „momeli pentru clicuri” care încearcă doar să atragă atenția publicului nu sunt decât praf în ochi.

Rolul agentului de vânzări nu se diminuează. Dimpotrivă, el evoluează și devine din ce în ce mai important. Atunci când dispun de o AI care se ocupă de analiza datelor, de crearea de conținut și de formularea sugestiilor strategice, agenții de vânzări se pot concentra pe ceea ce fac ei cel mai bine: construirea unor relații autentice, bazate pe încredere, și dezvoltarea de soluții creative la problemele clienților.

În ciuda tehnologiei, vânzările vor continua să fie o activitate profund umană, bazată pe inteligența emoțională, pe interacțiuni personalizate și pe înțelegerea profundă a comportamentului uman, pentru a cultiva legături interumane autentice și pentru a construi relații durabile cu clienții.

Spre deosebire de mașini, agenții de vânzări profesioniști citească printre rânduri, percep semnalele nerostite, răspund cu o grijă și o preocupare sincere și oferă o experiență unică și personalizată fiecărui cumpărător și fiecărui grup de părți interesate.

Fundamentul oricărei relații între cumpărător și vânzător îl reprezintă conversația. Deși un chatbot* AI poate să facă

* Este un program de inteligență artificială conceput pentru a simula în mod realist comportamentul unui partener de discuție, fiind folosit, de obicei, în sistemele de dialog pentru diferite scopuri practice, inclusiv servicii pentru clienți sau achiziții. În 2022, OpenAI a lansat chatbotul ChatGPT care a reprezentat unul dintre cele mai avansate chatboturi la acel moment, fiind antrenat pe volume uriașe de texte și conversații și capabil să comunice cu utilizatorii într-un mod natural și uman și să răspundă la întrebări pe o gamă largă de subiecte. (n. red.)