

BRAID WEEKLY · EDIȚIA #06 · 24 MAI 2026

Trei întrebări pentru oglinda săptămânii

Derivate din articolul „Era DE CE-ului”. Treizeci de minute, fără asistent. Cu un pix, pe această foaie. Plus Randy, mentorul incomod, care intervine între întrebări.

Răspunsurile la aceste trei întrebări nu se pun pe un slide LinkedIn. Se scriu de mână, cu un pix, după ce ai recitit articolul de săptămâna asta. Singur cu tine, cu o cafea, fără telefon deschis în paralel. Scopul nu este să dai răspunsuri impecabile. Scopul este **să vezi onest unde ești tu** când îți pui aceste întrebări pentru prima oară.



RANDY · MENTORUL INCOMOD

Bună. Eu sunt Randy.

Bufnița stilizată din origami din materialele brandului. Apar aici între întrebări fiindcă **am observat că antreprenorii completează fișe ca asta într-un singur fel**: scriu repede, pun pixul deoparte, se felicita că au făcut „munca de reflexie”, apoi se întorc la șabloanele de săptămâna trecută fără să mai recitească ce au scris. Treaba mea aici este să te opresc puțin între întrebări. Nu să-ți dau răspunsul. Doar să fac tăcerea după întrebare mai incomodă decât ești tu obișnuit cu ea.



ÎNAINTE SĂ ÎNCEPI

Notează data și ora în colțul fișei. Lasă-o vizibilă pe birou săptămâna asta. Răspunsurile scrise acum, duminică după lectură, diferă de cele scrise marți seara după o întâlnire neclară. Revino la întrebări joi — acolo se vede DE CE-ul tău real, nu cel grăbit.

ÎNTREBAREA UNU

Dacă ștergi numele și sigla de pe propria postare publicată săptămâna trecută și o pui alături de o postare a celui mai apropiat concurent al tău, mai poți spune sincer care e a ta?

Răspunsul tău:



Aham. Și dacă răspunsul a ieșit „nu prea”, ai să-mi spui că „toate brandurile arată la fel azi pe social media, e o tendință generală”. Nu este o tendință. Este doar ce iese pe ușa companiei tale când răspunzi corect la întrebarea CE faci, fără să fi articulat vreodată DE CE-ul. Stai un minut în tăcerea de după răspuns. Acolo se vede diferența dintre antreprenorii care își dau seama și cei care continuă să dea scroll.

— RANDY, MENTORUL INCOMOD

ÎNTREBAREA DOI

Cele cinci branduri pe care le-ai cumpărat tu însuși în ultimele douăsprezece luni — au răspuns la întrebarea CE fac, sau la întrebarea DE CE există? Numără. Câte intră în prima coloană și câte în a doua?

Răspunsul tău:



Numără sincer și nu rotunji. Dacă patru au intrat în coloana CE, te rog să nu te aperi cu „sunt antreprenor pragmatic, asta cumpăr”. Pragmatismul tău este și pragmatismul pieței tale, în oglindă. Inclusiv pragmatismul cu care a fugit, săptămâna trecută, prospectul care a făcut pauza politicoasă și n-a mai sunat înapoi.

— RANDY, MENTORUL INCOMOD

ÎNTREBAREA TREI

Care este DE CE-ul brandului tău, și unde se citește el? Nu literal pe pagină, ci prin alegerile pe care le faci la ton, cuvinte, subiecte, culori, mesajul care se citește între linii.

Răspunsul tău:



Dacă răspunsul tău are mai mult de zece cuvinte, încă nu l-ai găsit. DE CE-urile articulate până la capăt sună evident după ce le auzi. Cele care îți cer trei paragrafe să le explici sunt încă în construcție. Aici, între tine și foaie, e cinstit să recunoști. Devine o problemă doar dacă publici, săptămână după săptămână, ca și cum nu-ți lipsesc cuvintele. Foaia asta cere răbdare, nu publicare grăbită — stai cu întrebarea până când răspunsul scurt iese fără să-l forțezi.

— RANDY, MENTORUL INCOMOD

***Brandul nu se face cu mai mult.
Se face cu mai puțin, dar foarte bine alcătuit.***

— Mirela & Randy