



**Ulisse**  
Soft Skills for Employability

VINGRINĀJUMI, LAI UZLABOTU  
*FOKUSU UZ KLIENTU*



## IEVADS

Koncentrēšanās uz klientu vajadzībām nozīmē: uzmanīgi klausīties citus; pareizi saprast otra vēstījumu; rīkoties atbilstoši citu vajadzībām.

Piemēri

- Identificēt un analizēt klienta vajadzības
- Aktīva empātiska klausīšanās
- Izprotiet klientu cerības
- Palieliet ar fokusu uz uzticētajiem uzdevumiem
- Pievērsiet uzmanību detaļām
- Strādājiet ar lielu precizitāti
- atbildības sajūta

Veicināšanā ir izmantoti šādi vingrinājumi:

- 1) Mūsu pieņēmumi
- 2) Ko klients pērk
- 3) Seminārs “Uz mācībām balstītas mācības” ”

## 1. Uzdevums Mūsu pieņēmumi

*Vingrojuma mērķis ir parādīt, cik dažādi pieņēmumi mums ir par citiem cilvēkiem - domājot, ka mana kultūras vai personīgā pieredze ir tāda pati kā visiem pārējiem, var būt bīstama.*

*Cilvēki var domāt, ka citi domā un uzvedas tā, kā mēs to iedomājamies: tas liek mums “iekļauties” un domāt, ka esam “normāli”. Problēma ir tā, ka "normāls" ir sociāla konstrukcija un ka šī pārlicība - ka mūsu pieredze ir ikviena pieredze - ir pilnīgi nepatiesa.*

*Studenti atbild par vairākiem apgalvojumiem, rakstot atbildes Mural platformā.*

*Vingrinājums ilgst: 5 minūtes*

*Pēc tam diskusija: 10 minūtes*

## **1.1. Soļi**

*Studentiem (pa vienam) Mural platformā jāatbild uz šādiem jautājumiem:*

*«Šodien es pamodos agri!»*

*Cikos viņa pamodās?*

*«Viņš dienā smēķē pārāk daudz cigarešu»*

*Cik cigarešu viņš smēķē dienā?*

*«Man šobrīd ir liekais svars»*

*Cik kilogramus viņa sver?*

*«Viņam ir ļoti laba alga»*

*Kāda ir viņa alga?*

## **1.2. Rīki un ierīces**

<https://www.mural.co/>

*Trenerim pirms Mural lietošanas jā sagatavo darbnīcas lapa.*

### 1.3. Ieteikumi treneriem

Treneriem vajadzētu sagaidīt no studentiem pēc iespējas atšķirīgākas atbildes - plašā diapazonā, kur kāds daudzums kādam šķiet - minimāls un kurš - daudz.

Pēc tam trenerim jāizceļ lielākās amplitūdas, kas parāda, ka "normāls" var būt atšķirīgs.

### 1.4. Atsauces

N/a

## 2. Vingrinājums Ko klients pērk?

Mērķis ir parādīt mūsu pieņēmumus par to, ko mēs domājam, ko klienti pērk un kāds ir patiesais pirkšanas procesa mērķis.

Vingrinājums aizņem: 10 minūtes

Pēc tam diskusija: 10 minūtes

### 2.1. Soļi

Studenti veic "ideju vētras tiešsaistē" - brīvā formā vajadzētu rakstīt pa vienam vārdam, ko viņi domā, ko klients pērk.

Pēc tam treneris organizē diskusiju un prezentācijā parāda pareizās atbildes:

**KO KLIENTS PĒRK?**

Cilvēki nepērk produktus.

Viņi pērk **RISINĀJUMU** savai PROBLĒMAI.

Viņi pērk sev vēlamu **REZULTĀTU**.

Viņi pērk **PĀRMAIŅAS** savā dzīvē.

**SOLUTION**

Logos: Ulisse, Erasmus+, University of Latvia, Universitas, ESCAP, ERREQUADRO

## 2.2. Rīki un ierīces

<https://www.mural.co/>

Trenerim pirms Mural lietošanas jā sagatavo darbnīcas lapa.

## 2.3. Ieteikumi treneriem

Trenerim jā ļauj studentiem rakstīt atbildes bez traucējumiem - pēc iespējas plašākam ideju lokam, nenorādot nekādu virzienu.

Pēc vingrinājuma trenerim jā pasaka pareizās atbildes un jā paskaidro, kā tās ir saistītas, ko skolēni bija uzrakstījuši. Parasti arī lielākā daļa studentu atbilžu ir pareizas, bet aiz tām - ir minētas " pamata atbildes" - risinājums, rezultāts, transformācija.

## 2.4. Atsauces

"Southwestern Advantage" Sales materials;

<https://medium.com/pitch-perfect/sell-the-solution-df62981ec51d>

<https://wpwolfepress.com/people-buy-solutions-to-their-problems/>

## 3. Seminārs "Simulācijas balstītas mācības"

Mērķis ir strādāt ar dažādiem personības tipiem un parādīt, cik dažādas viņiem ir vajadzības un kā ar viņiem runāt. Sarunā studenti uzzinās, kāda personība ir viņu priekšā, un kā izcelt viņiem vissvarīgākās lietas.

Vingrinājums aizņem: 20 minūtes

Pēc tam diskusija: 20 minūtes

### 3.1. Soļi

Studenti tiek sadalīti 4 grupās (4-5 personas katrā grupā).

Treneris katrai grupai piešķir vienu personības tipu.

Katrai grupai ir jāpielāgo saruna - jāpārdod mobilais tālrunis savam klientam (īpašam personības tipam).

Sarunas laikā viņiem jāuzdod klientam jautājumi, lai uzzinātu viņa vajadzības, un pēc tam jāuzsver tās tehniskās prasības, kas ir svarīgas konkrētam klienta tipam.

Pēc vingrinājumiem katra no grupām klātesošajiem diskutē sarunu ar citām iesaistītajām grupām.

Pēc katras prezentācijas notiek diskusija (pozitīvās un negatīvās puses vai papildu informācija) modelētajai sarunai.

### 3.2. Rīki un ierīces

N/a

### 3.3. Ieteikumi treneriem

Trenerim sarunā jāpievieno noderīga informācija, kas vēl nebija teikta, un jāizceļ modelētās sarunas pozitīvās puses. Ja kaut kas nebija pareizs, trenerim tas pēc tam jāizlabo un tā vietā jāsniedz pareiza informācija / ieteikumi.

### 3.4. Atsauces

Rajiv Kumar and Vidyanand Jha (2017), Traits of Leaders and Active Listening: A Theory; ig-global.com;

<https://medium.com/pitch-perfect/sell-the-solution-df62981ec51d>

<https://wpwolfepress.com/people-buy-solutions-to-their-problems/>