

# Ulisse

Soft Skills for Employability

## FOKUSS UZ KLIENTA VAJADZĪBĀM

# KĀPĒC?

So, you want to be a writer? *Charles Bukowski*



## KAS TAS IR?



- persona, kas pērk preces vai pakalpojumus veikalā vai uzņēmumā
- (Harisons kungs bija «Zelta lauvas» pastāvīgais klients)
  
- noteikta veida persona, ar kuru jāsakaras.
- ("viņš ir grūts klients")

**Individuāla persona** vai **biznesa kompānija**, kura iegādājas cita uzņēmuma preces vai pakalpojumus

## KO TAS NOZĪMĒ- VĒRSTS UZ KLIENTU?

❑ PIEVĒRST UZMANĪBU klienta **vajadzībām** un **viedoklim**.

❑ Plašāks skaidrojums:

Vērsts uz klientu nozīmē to, ka **biznesa filosofijas un kopējās biznesa attīstības un lēmumu pieņemšanas centrā** ir klients.

Tā ir arī mārketinga pieeja, kas ietver produktus un pakalpojumus, kas jāattīsta ap **klienta vēlmēm un gaidām**.

## Vingrinājums «Mūsu pieņēmumi»

- ❑ **«Es šodien pamodos agri!»**  
Cikos viņa pamodās?
  
- ❑ **«Viņš dienā smēķē pārāk daudz cigarešu»**  
Cik cigarešu viņš smēķē dienā?
  
- ❑ **«Pašlaik man ir liekais svars»**  
Cik kilogramus viņa sver?
  
- ❑ **«Viņam ir ļoti laba alga»**  
Cik maksā viņa alga?

KAS VĒL IR TAVS KLIENTS?

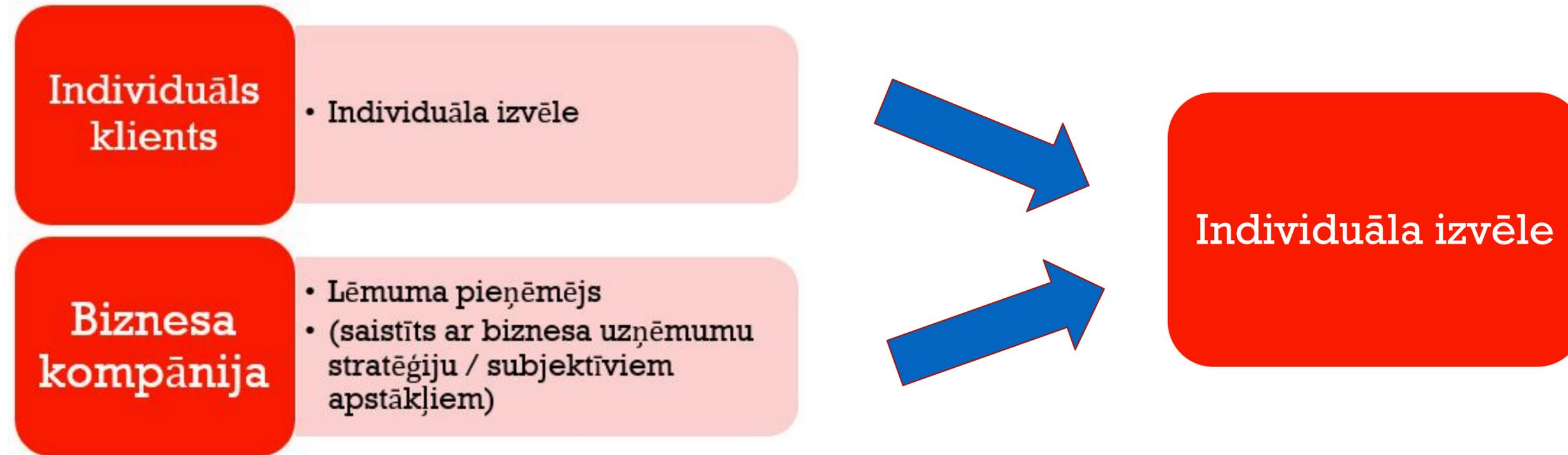


Tavs priekšnieks

Kolēģi

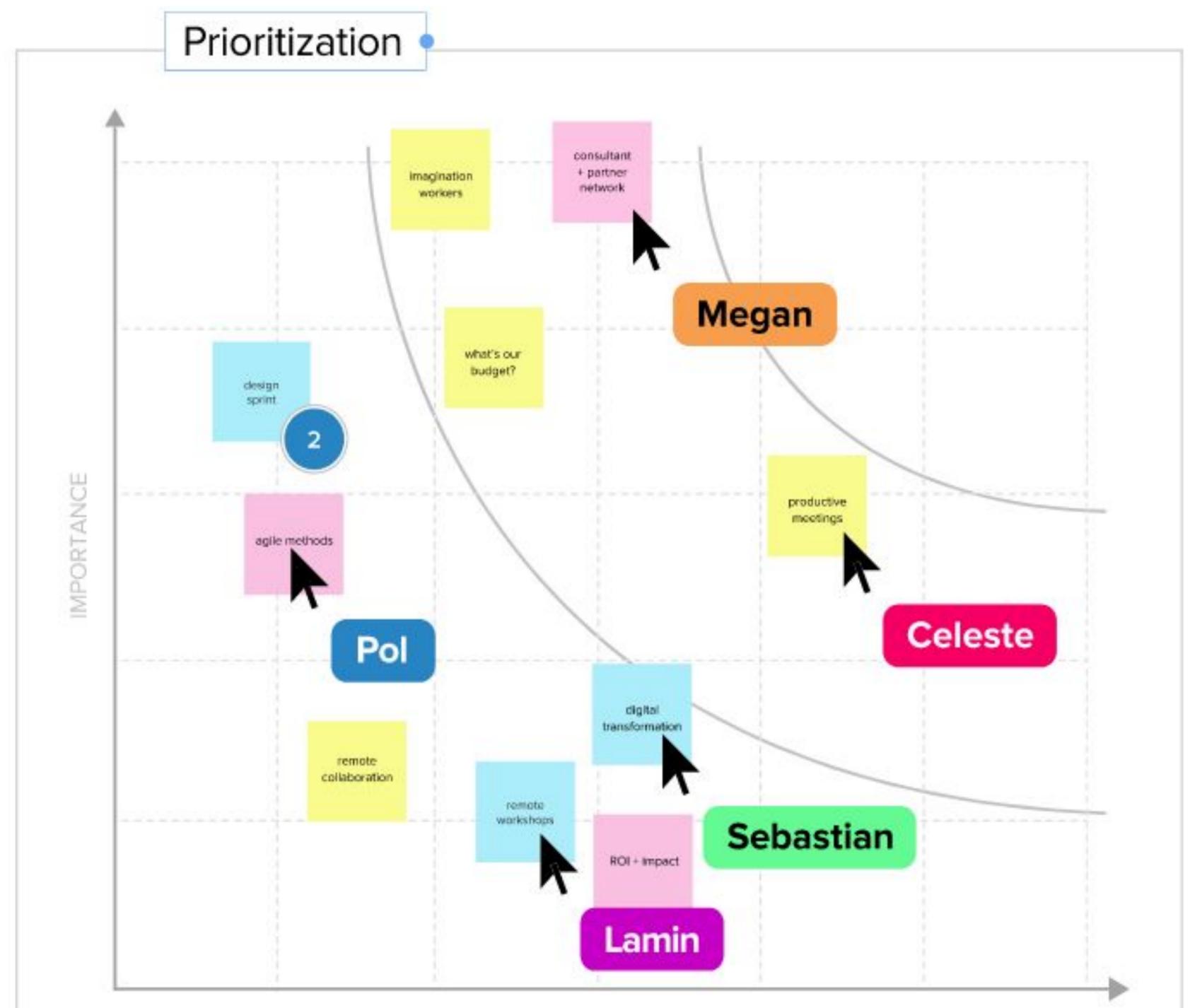
Citas saistītās iestādes

# KAS IR PIRCĒJS?



# KO KLIENTS PĒRK?

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



## KO KLIENTS PĒRK?

Cilvēki nepērk produktus.

Viņi pērk **RISINĀJUMU** savai  
PROBLĒMAI.

Viņi pērk sev vēlamo **REZULTĀTU**.

Viņi pērk **PĀRMAIŅAS** savā dzīvē.

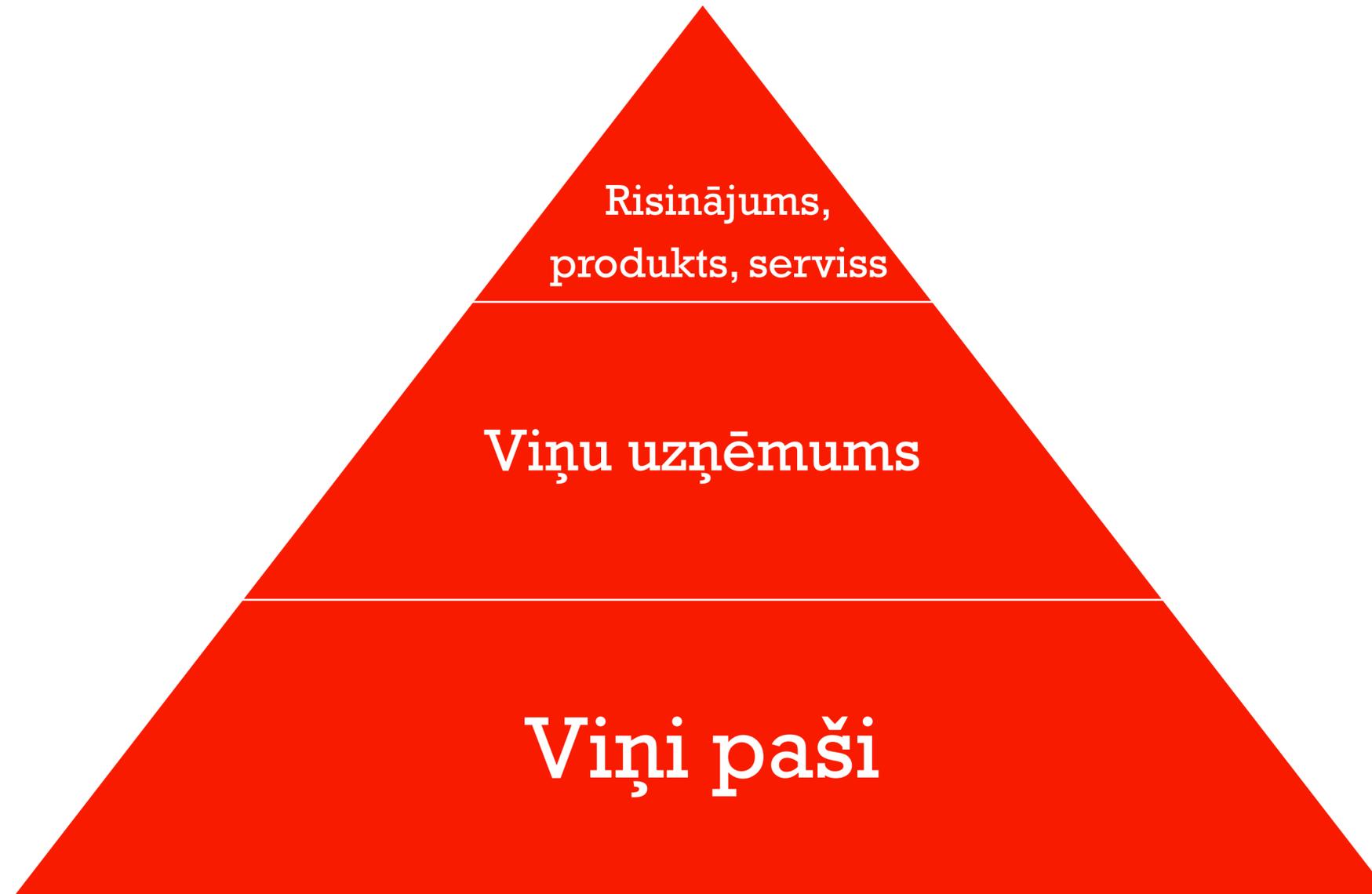
# SOLUTION



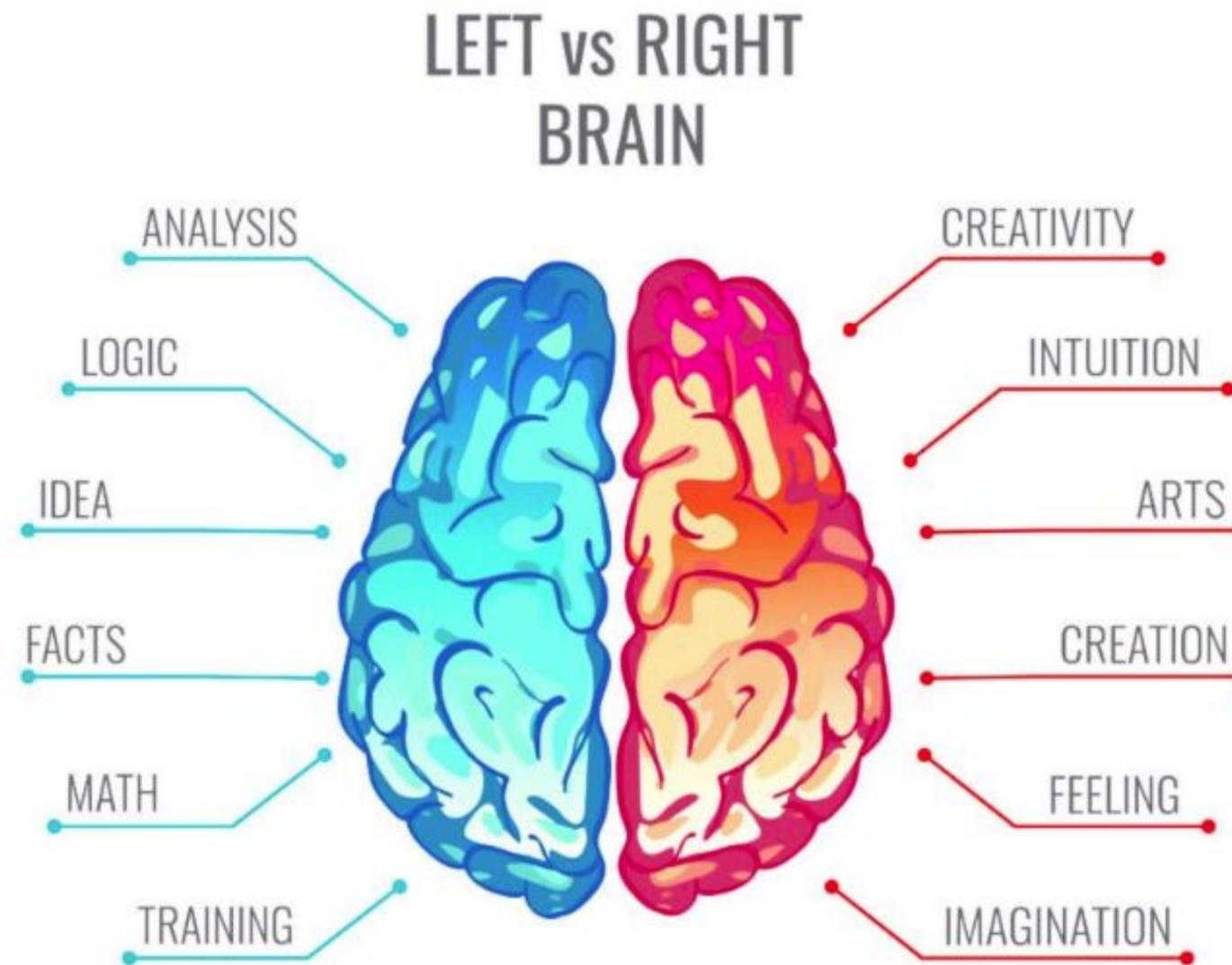
# Cilvēki pērk šādā secībā



# Efektīvi cilvēki pārdod šādā secībā



# Kā strādā smadzenes?



Source: <https://www.lucidmindcenter.com/right-brain-left-brain-test/>

# TRĪS NEUZDOTI JAUTĀJUMI, KAS CILVĒKIEM IR PRĀTĀ, KAD VIŅI SATIEK CITU CILVĒKU



Vai es tev varu  
uzticēties?



Vai tu vēlies man  
palīdzēt?



Vai es tev rūpu?

# ATBILDES UZ TRĪS JAUTĀJUMIEM



Vienmēr dariet to, kas ir pareizi

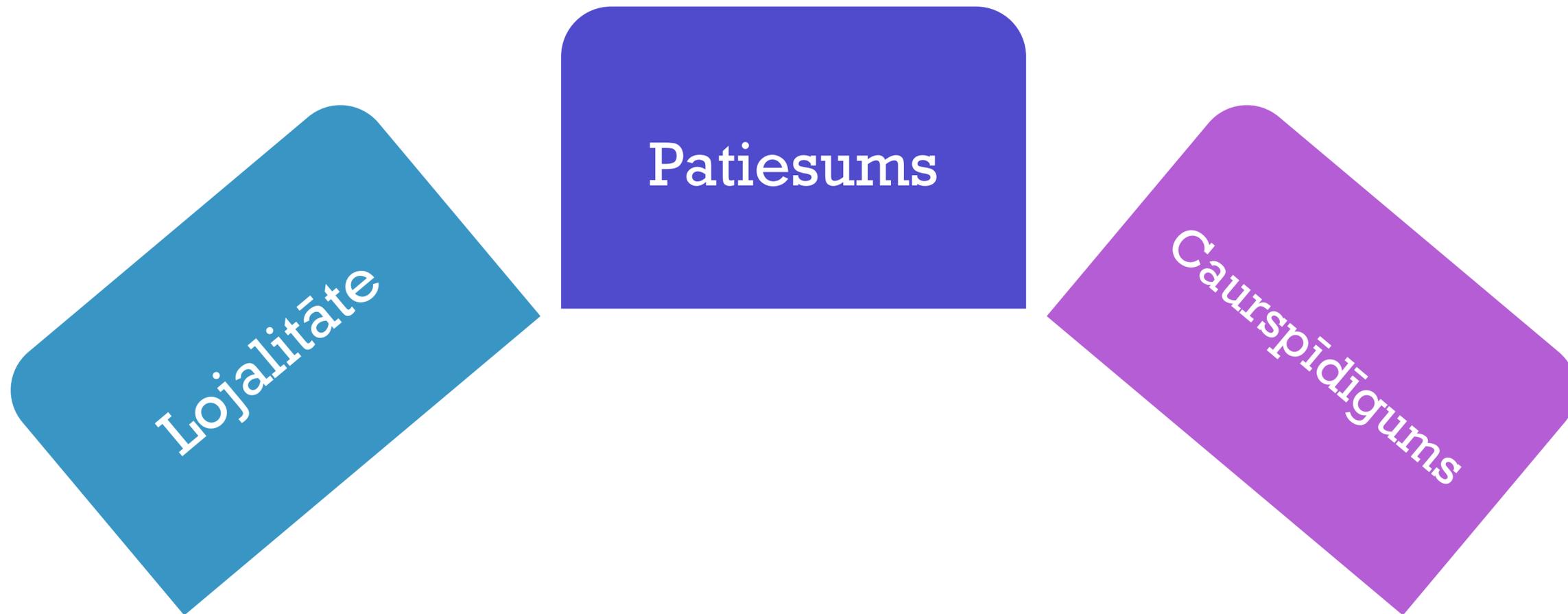


Vienmēr dariet visu iespējamo



Vienmēr izturieties pret citiem tā, kā jūs gribētu, lai pret jums izturas

# ATSLĒGAS PUNKTI



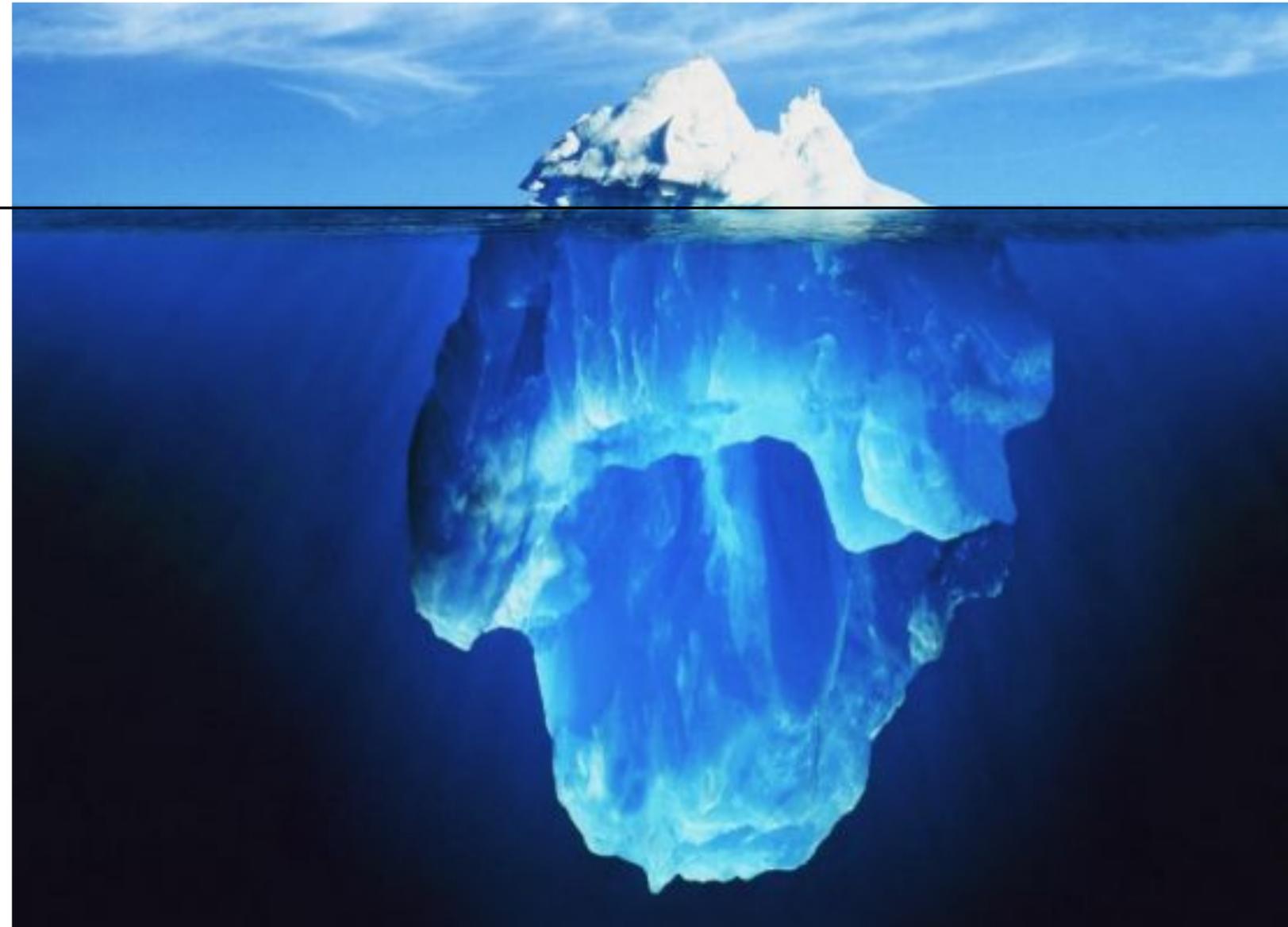
# SAGATAVOŠANĀS

## Rezultāts

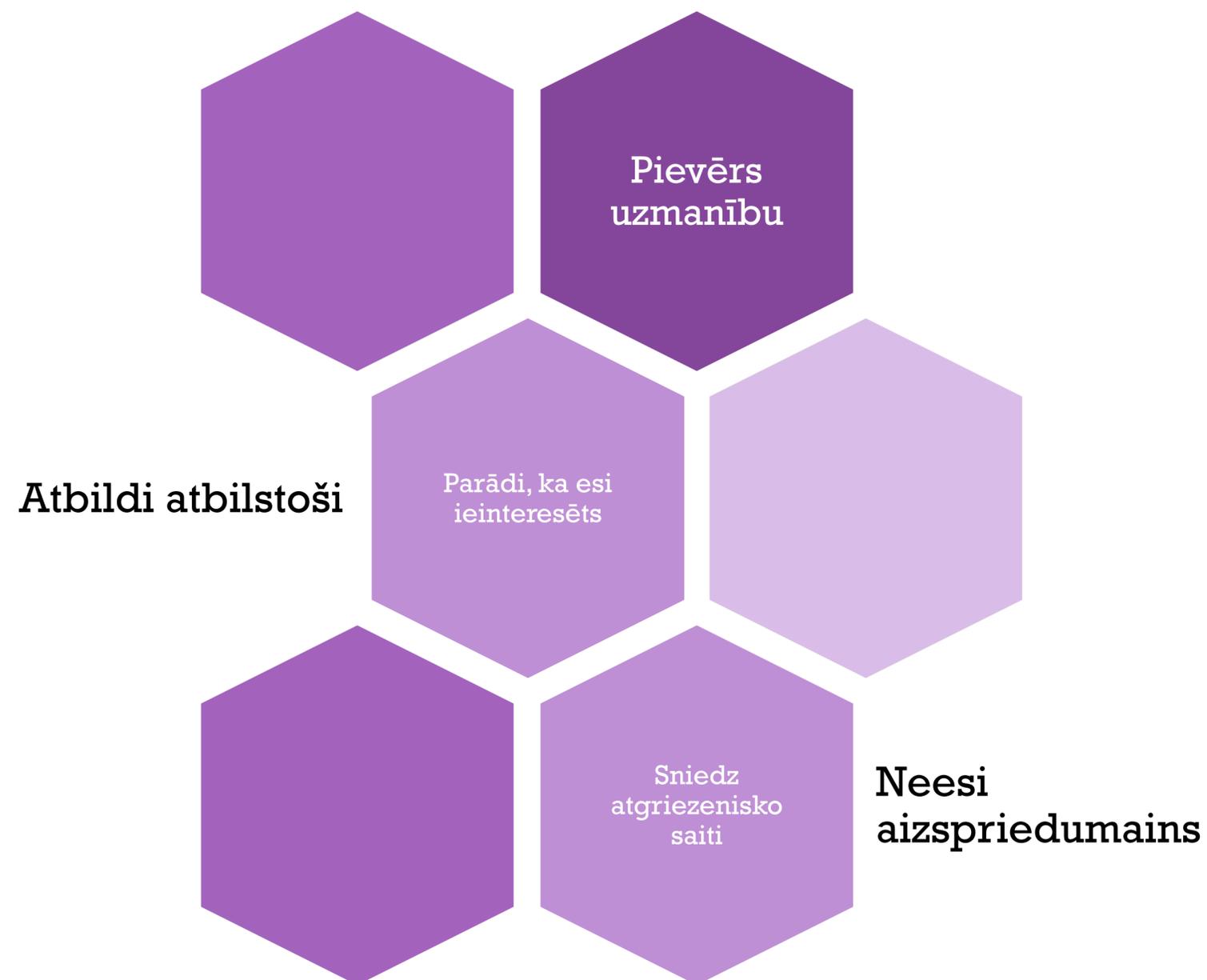
leguldītais darbs

Kompetence

Personība



# SVARĪGI SARUNAS ASPEKTI



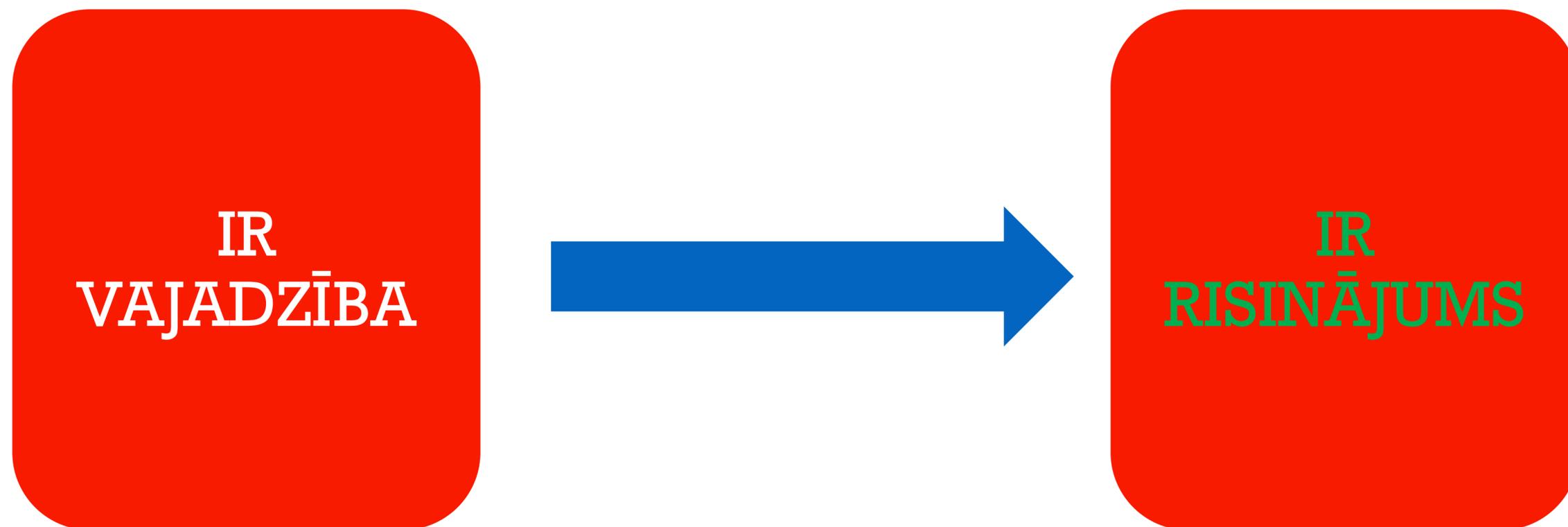
# NAV VAJADZĪBAS - NAV RISINĀJUMA

JA NAV  
VAJADZĪBAS



~~RISINĀJUMA~~

# JA IR VAJADZĪBA - IR RISINĀJUMS (KLIENTAM)



# KAS IR GALVENĀS KLIENTA VAJADZĪBAS? (2 PRETSTATI)

Mēģiniet  
kaut ko  
piedāvāt  
visiem

Psihologa  
loma

Sarunas  
vadība

# KAS IR GALVENĀS KLIENTA VAJADZĪBAS?



# JA IR VAJADZĪBA - IR RISINĀJUMS (JUMS - ILGTERMIŅĀ)



## Uzvarētājiem un zaudētājiem ir vienādi mērķi



Ja jūs pilnībā ignorētu savus mērķus un koncentrētos tikai uz **sistēmisku pieeju**, vai jūs joprojām gūtu panākumus?

Ja jūs būtu basketbola treneris un jūs ignorētu savu mērķi uzvarēt čempionātā un koncentrētos tikai uz to, ko jūsu komanda dara katru dienu treniņos, vai jūs joprojām gūtu rezultātus?

**Mērķi ir labi, lai plānotu savu progresu, un sistēmiska pieeja ir piemērota faktiskajam progresam.**

# PERSONĪGĀS UZVEDĪBAS STILS

PROCESORS

PIEKRITĒJS

GRŪDĒJS

KOMANDAS  
SPĒLĒTĀJS

# PERSONĪGĀS UZVEDĪBAS STILS



# PROCESORS

## Strengths

- Concentrates on important details
- Makes decisions in a very structured way and is more objective than the others
- Follows procedures and standards
- Is very diplomatic
- Tends towards critical thought and asks questions
- Works under controlled conditions

## Weaknesses

- Gets lost in details
- Doesn't like handing in work or delegating
- Follows rules/standards too rigidly
- Tries to avoid mistakes and hesitant in making decisions
- Unwilling to try anything new
- Quick to take criticism personally
- Cautious in thought and tends towards pessimism



## Needs

- Precise tasks/ job description
- Precisely defined performance targets
- Enough time to complete tasks
- Time for careful planning
- Detailed, high-quality work
- Requires confirmation and security guarantees
- Opportunity for constructive criticism
- Specific feedback in relation to the services rendered
- Tolerance in tense situations/ conflicts

## Strengths

- Takes the lead
- Sets things moving
- Concentrates on immediate results
- Makes decisions quickly
- Accepts challenges
- Questions the status quo
- Very solutions-oriented

## Weaknesses

- Insensitive to the feelings of others
- Overlooks risks and warning signals
- Ignores important details
- Causes tension in teams
- Takes on too many tasks at once
- Demands too much of others
- Is over-controlling of others



## Needs

- A strong, extremely influential position
- New, different tasks
- Difficult tasks
- Works independently
- Direct answers, fewer discussions
- Little control or monitoring
- Possibility of personal success
- Challenges and image
- Occasional "warning shots across the bow"
- Opportunity for practical experience

# KOMANDAS SPĒLĒTĀJS

## Strengths

- Very gregarious and like to entertain others
- Creates a motivating atmosphere
- Exudes optimism and enthusiasm
- Likes to be the center of attention
- Likes to work in a team
- Can express himself clearly
- Expresses his feelings to others

## Weaknesses

- Doesn't think things through to their logical conclusion
- Not objective in the decision-making process
- Regards opportunities too optimistically
- Talks too much and is too impulsive
- Tries to do too much at once
- Doesn't like to be alone



## Needs

- Friendly, pleasant surroundings
- Freedom from details work and controls
- The opportunity to make suggestions
- Public recognition of his skills
- To be able to advise others
- Freedom to express himself
- A "roll your sleeves up" attitude

## Strengths

- Likes to stay in one location
- Communicative, has a calming effect on others
- Concentrates on people
- Creates a stable environment
- Observes accepted procedures
- Develops special expertise
- Listens attentively and patiently

## Weaknesses

- Rejects changes
- Does not meet deadlines under pressure
- Too tolerant and considerate
- Indecisive, never makes a decision
- Puts things off
- Often suppresses his own needs



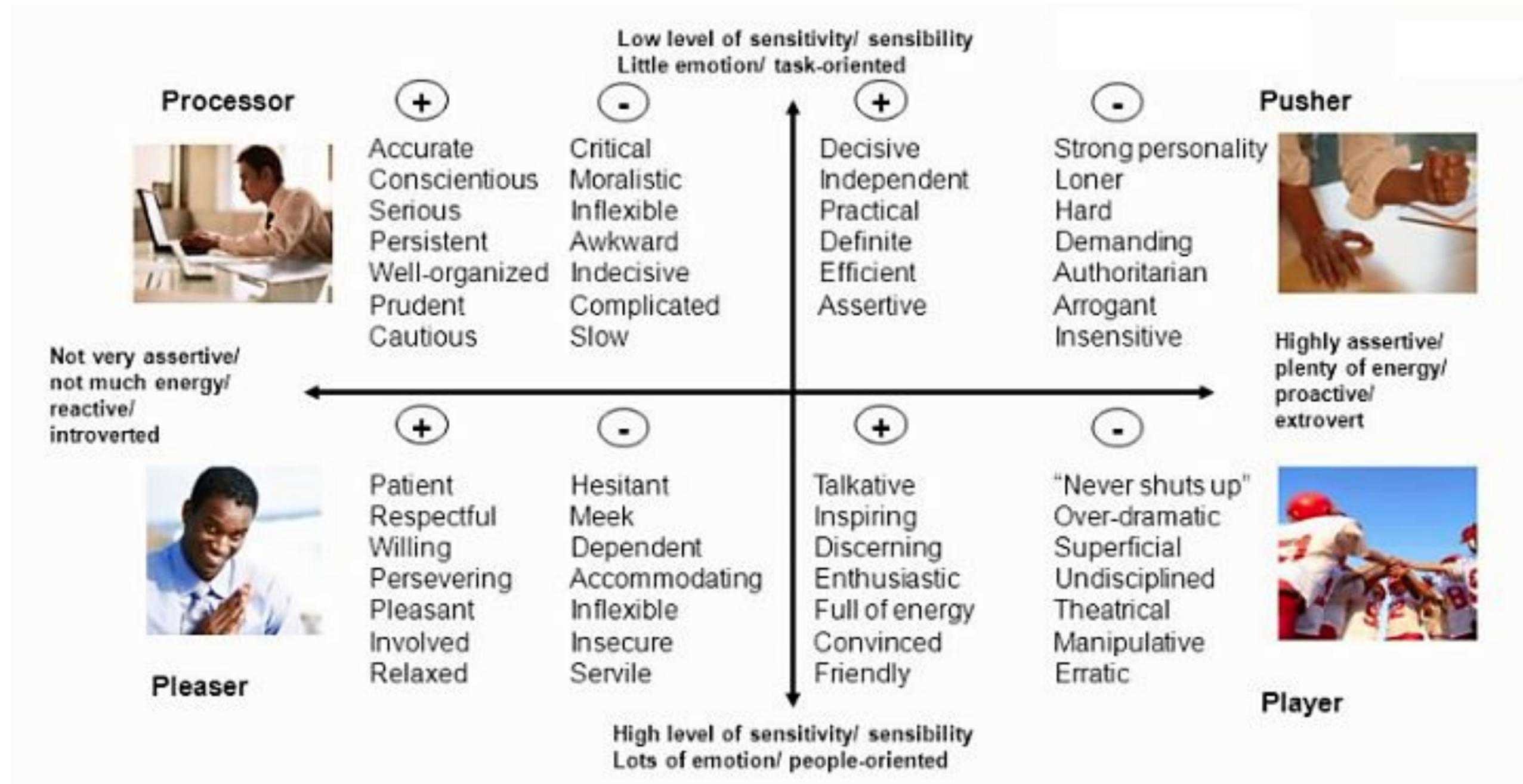
## Needs

- Serious recognition
- As little conflict as possible
- Fixed, defined tasks
- Explanation and preparation of changes
- Regulated, ordered procedures
- Recognition for work done
- Knowledge that he is making an important contribution to team success
- Colleagues of similar competence and candor

# KĀ ATPAZĪT UZVEDĪBAS STILU?



# KĀ UZVEDĪBAS STILS TIEK UZTVERTS?



# DARBS GRUPĀS

- Darbs grupā (līdz 5 dalībniekiem grupā)
- Izvēlieties sarunas tēmu
- Sarunu modelēšana
- Sarunas prezentācija
- Analīze un atsauksmes

# DARBA GRUPĀS NOVĒRTĒJUMS

- Izmantoties vārdi
- Jautājumi

## PADOMI UN TRIKI (1)

**Pirmo reizi tiekoties ar klientiem,  
vairāk klausieties nekā runājiet**

## PADOMI UN TRIKI (2)

**Meklējiet veidus, kā pierādīt, ka esat uzticams.  
Jūsu klienti meklē iemeslu, lai uzticētos jums**

## TIPS & TRICKS (3)

**Neļaujiet radošumam radīt jums nepatikšanas. Sazinieties ar augstākstāvošiem, lai pārlicinātos, ka varat izpildīt solījumus**

## PADOMI UN TRIKI (4)

**Uz vienkāršu jautājumu atbildiet  
vienkārši**

## PADOMI UN TRIKI(5)

**Palīdziet klientiem sasniegt viņu sapņus un  
tas viņus motivēs sadarboties ar jums**

“IF YOU’RE NOT  
WILLING TO LEARN,  
NO ONE CAN HELP  
YOU.  
IF YOU’RE  
DETERMINED TO  
LEARN, NO ONE CAN  
STOP YOU.”

## Atsauces

- ❑ Inga Jona Jonsdottir, Kristrun Fridriksdottir (2019) Is it that forgotten dimension in managerial communication?; International Journal of Listening;
- ❑ Brandy Haleya, Seongkum Heob, Patricia Wrightb, Claudia Baroneb, Mallikarjuna Rao, Rettigantic Michael Andersc (2017);
- ❑ Relationships among active listening, self-awareness, empathy, and patient-centered care in associate and baccalaureate degree nursing students; Nursing Plus Open;
- ❑ Camilleri, M. A. (2018). Understanding Customer Needs and Wants. In TravelMarketing, Tourism Economics and the Airline Product (Chapter 2, pp. 29-50). Cham,Switzerland: Springer Nature”

# Atsauces

- ❑ Rajiv Kumar and Vidyanand Jha (2017), Traits of Leaders and Active Listening: A Theory; ig-global.com;
- ❑ “Southwestern Advantage” Sales materials;
- ❑ “Cognizant” Core values and code of Ethics;
- ❑ BA 234- Business Communications, Paulina Griffith
- ❑ Basic values and ethics of public administration.