



CENTURION HOSPITALITY

PRO LĪMENA PĀRDOŠANA , UN STRATĒGIJA

- # IEKŠĒJIE BLOKI, ATRUNAS, BAILES, EGO
- # EMPĀTIJA, ARGUMENTI, KLIENTU IEBILDUMI
- # ILGTERMIŅA ATTIECĪBAS, PARTNERĪBA

Apmācību vadītājs
DIDZIS GRĀVĪTIS



#2 – PRO LĪMEŅA PĀRDOŠANA UN STRATĒGIJA



1. Kā pārkāpt iekšējai pretestībai un sākt pārdot proaktīvāk

- ▶ Praktisku padomu un piemēru izklāsts, kas atbrīvo no iekšējiem blokiem, atrunām, slinkuma, ego un atteikuma vai citām bailēm
- ▶ Klasiski un aplami pārdošanas jautājumi, kas neveic pārdošanu, bet tieši pretēji – klientu atgrūž, veicina apjukumu un pat agresiju
- ▶ Pārdošana nākotnē / Kādēļ klienta sākotnējais “nē” ir solis uz “jā”
- ▶ Klientu šķirošana, līšana to makos, lēmumu pieņemšana klientu vietā, dārgi vai lēti un citas pārdošanas paradigmas
- ▶ Pārdevēja ambīcijas un atbildība pret uzņēmumu / Uz panākumiem vērsta mentalitāte / Mērķu nospraušana, ieguldījums un pašdisciplīna

2. Sagatavošanās pirms tikšanās

- ▶ Mērķtiecīga iepazīšanās ar klientu, nozares specifiku, publisko informāciju un konkrēto personu pirms tikšanās
- ▶ Lēmuma pieņēmēju identificēšana, uzrunāšana un tikšanās vērtības izcelšana / Priekšrocība piedāvājot konkrētus tikšanās laikus
- ▶ Neitrāli atgādinājumi pirms tikšanās, nostiprinot tās norisi un svarīgumu

3. Klienta uzņemšana mūsu telpās

- ▶ Pārdomāti un strukturēti soļi, kas klientam rada piederības un komforta sajūtu mums pazīstamā, bet klientam vēl svešā vietā
- ▶ Norādes un/vai palīdzība ar virsdrēbēm, orientēšana telpās, diskrēta informēšana par labierīcībām, pareiza dzērienu piedāvāšana un servēšana, kas klientam liek justies komfortabli

4. Uz klientu orientēta *small-talk* veidošana

- ▶ Kādēļ laikapstākļi, politika, militāri konflikti, finanšu jautājumi un tēmas ar negatīvu noskaņu ir sliktākais veids, kā iesākt teju jebkuru sarunu
- ▶ Atvērto jautājumu piemēri, kas liek runāt klientam, mazina spriedzi, veido pozitīvu sarunas fonu un ļauj pielāgoties klienta tipam

5. Dialoga pamatojums un nozīme pārdošanā

- ▶ 50% laika runā klients, 50% pārdevējs – vienlīdzīgas klienta un pārdevēja iesaistes pamatojums pārdošanas sarunā

6. Efektīva iepriekš nesaskaņotas tikšanās jeb *aukstās* vizītes pieeja

- ▶ Klienta uzrunāšana, pamatojums un atsauces (vismaz 10 pieejas)
- ▶ Klienta sākotnējā noraidījuma atspēkošana (vismaz 10 pieejas)

7. Pārdošanas dialogs
10 soļos – iesaistoša
pieeja prezentējot un
pārdodot

**(!) Katrā no punktiem
praktiskais darbs**

**(!) Atsevišķu punktu un
praktisko piemēru
sagatavošanā var tikt
lūgta pasūtītāja
iesaiste**

1. Klienta aktualitātes / Skatījums uz esošo sadarbību vai viedoklis par pārdevēja uzņēmumu / Saklausīšana, apstiprinājums un empātija
2. Klienta tiešo vajadzību izzināšana / Iepriekšējā pieredze, kas patīk, un kas nav mēģināts / Kādas ir zināšanas par konkrētu preci vai pakalpojumu
3. Aktuālais nozarē / Globālās tendences / Citu veiksmes stāsti
4. Preces vai pakalpojuma raksturojums / Cenas komunikēšana / Vērtības izcelšana / Argumenti un pamatojums klienta ieguvumu valodā
5. Savlaicīga klienta sajušana: kur pēc prezentācijas vērtību saredz klients, un kādas ir klienta pirmās šaubas, iebildumi vai neskaidrības
6. Sākotnējo šaubu vai iebildumu atspēkošana / Skaitliski un ekonomiski argumenti / Citu klientu piemēri un atsauksmes / Virzīšana uz lēmumu
7. Jautājumi vai ieteikumi ar mērķi piepārdot uzreiz vai nākotnē
8. Klienta uzslavēšana par izvēli / Vai arī kas attur no vienošanās / Iegādes
9. Pārdevēja noslēdzošie argumenti / Alternatīvās opcijas / Nākotnes vīzija
10. Padomi un pēcapkalpošana / Tālākie soļi / Termins / Saziņa / Follow-up

2. apmācību programma

PRO LĪMEŅA PĀRDOŠANA UN STRATĒGIJA

2 dienas / 10 h

1. Uztveres maiņa par neērto patiesību – kas ir un kas nav pārdošana
2. Desmitiem piemēru, kā veidot dialogu ar klientu un virzīt uz lēmumu
3. Piemēri vērtības celšanai klientu acīs, neieslīgšot atlaižu jautājumos
4. Empātijas nozīme vajadzību izzināšanā, argumentācijā un piepārdošanā

ATMOSFĒRA

 Viegls humors un iedvesmojoša vide

 Īpaši piemeklēta fona mūzika

AKTIVITĀTES

 Prāta spēles un ķermeņa vingrinājumi

 Praktiskie darbi pāros un komandās

PIEEJA

 Padomi un pieredzes stāsti

 Dalībnieku personīgais izaugsmes plāns

NORISE

 Optimāls norises ilgums

 Komfortablas pauzes

10:00
~
15:30

Ieteicamais norises laiks, ieskaitot divas īsākas un 45 min. pusdienu pauzi; finiša laiks ar 30 min. rezervi

6-14
dalībnieki

Ieteicamais un maksimālais dalībnieku skaits grupā

- ▶ **Apmācību programma tiek individuāli pielāgota uzņēmumam**
- ▶ Katrs dalībnieks veidos savu personīgās izaugsmes plānu – mērķu lapu apgūtā pielietošanai ikdienā
- ▶ Pēc apmācību norises ar vadību tiek pārrunāti trenera novērojumi un komandas atsauksmes
- ▶ Pēc apmācībām tiek komunicēti kā darbinieku, tā vadības uzdevumi un ieteicamie izpildes termiņi



Klientu servisa, komunikācijas
un pārdošanas treneris

DIDZIS GRĀVĪTIS

10+ gadi apmācot 12 nozaru uzņēmumus

20+ gadi apkalpošanā, pārdošanā un viesmīlībā

7000+ apmācītu un iedvesmotu cilvēku

Centurion Hospitality vadītājs un vadošais treneris

- ★ Apkalpošana un komunikācija
- ★ Pārdošana un piepārdošana
- ★ Izcils klientu serviss un viesmīlība
- ★ Sūdzības, strīdi un konflikti
- ★ Saliedēšana un kolektīvu motivēšana
- ★ Slepenais klients, ēnošana, mentorings

Mani raksturo kā spēcīgu iedvesmotāju, kurš uzņēmumu iekšējā un ārējā komunikācijā spēj panākt reālus uzlabojumus. Iemesli nav tālu jāmeklē – **personāla izaugsme un **izcila klientu pieredze** ir jautājumi, ar kuriem ikdienā ceļos un dodos gulēt.**

- / Aktīvais dzīvesveids un kompetence dažādās nozarēs ir devusi ievērojamu priekšrocību – es spēju klientu servisa, pārdošanas un sūdzību jautājumus risināt kā no klientu, tā darbinieku un vadības skatupunkta.*
- / Bieži saņemu komplimentus, ka ātri pielāgojos sākotnēji svešai nozarei, uzņēmumam un cilvēkiem, un ka stratēģiski domāju arī par savu klientu biznesu.*
- / Līdz 2015. gadam strādāju pieczvaigžņu viesnīcās, kur teicama saziņa bija prasība katrā solī. Tieši ceļošana un 10 gadu darbs ar dažādām tautām radīja manu šī brīža misiju – prasmi komunicēt ienest ikvienā nozarē Latvijā.*
- / Brīvajā laikā esmu autosporta entuziasts, starp hobijiem minu arī ceļošana, riteņbraukšanu un restorānus.*



 **accenture**

 **AESTHETICA**

 **agrobroker**
APDROŠINĀŠANA

airBaltic

 Anti-Aging Institute

 **avesco**

 **CAT**

 **bta**
VIENNA INSURANCE GROUP

 **Dental Art**

 DRIVAS SALDĒJUMS
ANNO 1986

 **fiziocentrs**

 **HOKEJA
PASAULE**

 **IKEA**

 **Komforti**
santehnikaapķure

 **LTK**

 **LIAA**

 **Luminor**

MÁDARA
organic skincare

 **Mogotel**
HOTEL GROUP

Moller Auto

 **PORSCHE**

RIX Rīgas
lidosta

S|E|B

 **STOCKMANN**

 **Tiaro**
VIESMĪLĪBAS
UZŅĒMUMU
GRŪPA

 **TILDE**

 **URSUS**
forwarding

VERDIKTS

 **VIATRIS**

 **Wolt**



STOCKMANN

“Kā pārdot sev un citiem” bija apmācību maratons, ko īstenojām veiksmīgā un ciešā sadarbībā. Pirms apmācībām Didzis veica slepenā klienta izpēti, kas ļāva apmācību saturu pielāgot tieši Stockmann vēlmēm un vajadzībām. Viņam ir personiska pieeja un atklātība, kas veiksmīgi nostiprināja saikni ne tikai starp Didzi un darbiniekiem, bet arī kolēģiem savā starpā. Zināšanas pasniedza vieglā un uztveramā formā, kas ļauj tās uzreiz pielietot ikdienas darbos. Šo pārdošanas apmācību laikā Didzis arī sniedza informāciju par to, kā motivēt sevi personīgajā dzīvē un kā uzstādīt efektīvus un sasniedzamus mērķus. Apmācības, ko vada Didzis, IR ar pievienoto vērtību!

ANGELIKA VABULE

Mācību un iekšējās komunikācijas projektu vadītāja



 **avesco**



Savā un kolēģu vārdā vēlos pateikties Didzim par profesionālajām un iedvesmojošajām pārdošanas apmācībām! Didzis dalījās ar vērtīgiem padomiem un savu pieredzi, padarot mācību procesu interesantu un iedvesmojošu. Mēs novērtējam Didža profesionālo pieeju un gatavību atbildēt uz visiem jautājumiem. Apmācību laikā gūtās atziņas noteikti būs noderīgas mūsu turpmākajā darbā. Pateicamies par lielisko pieredzi!

BORISS NEŠATAJEVS
Direktors

**HOKEJA
PASAULE**

Vienmēr esam tiekušies uzlabot mūsu esošo un arī topošo klientu pieredzi. Didža vadītās apmācības mums palīdzēja atsvaidzināt gan zināmo, gan iegūt jaunas atziņas, ko turpmāk pielietot savā ikdienā. Ticam, ka tas ļaus uzlabot klientu apkalpošanas kultūru un palīdzēs pārdevējiem veikt labāku klientu vēlmju analīzi. Īpaši vēlamies izcelt vizītes mūsu veikalos pirms un pēc apmācībām, kas ļāva ieraudzīt turpat darba vidē pieļautās kļūdas un nepilnības pārdošanā. Didzis pasniedz ļoti atraktīvā veidā, ar efektīviem dzīves piemēriem, lieliskā un dinamiskā atmosfērā, izvirzot klientu apkalpošanu augstākajā līmenī.

VIKA CĪRULE
Veikalu vadītāja



CENTURION HOSPITALITY

Mūsu fokuss un misija:

- › **laimīgs klients**
- › **veiksmīga komanda**
- › **augošs bizness**

Esam cilvēki, kuri **profesionālu komunikāciju** pazīst tuvplānā.

Mēs palīdzam izvairīties no situācijām, kuras klienti un sadarbības partneri nepiedod.



1. Slepenais klients pirms un pēc sadarbības



2. Komandas saliedēšana un iedvesmošana



3. Ēnošana un kolektīva darba specifikas izzināšana



4. Klientu servisa, pārdošanas un sūdzību risināšanas apmācības



5. Mentorings darba vidē apgūtā ieviešanai praksē



6. Komunikācijas standartu un rokasgrāmatu izstrāde

10+

Gadi
apmācību
nozarē

300+

Apmācību
projekti

12+

Nozaru
klienti



**Cilvēcīga pieredze –
jums un jūsu klientiem!**



CENTURION HOSPITALITY

LABS PĀRDEVĒJS NEPĀRDOD – VIŅŠ VEIDO ATTIECĪBAS!

+371 22015433

didzis@centurionhospitality.com

www.centurionhospitality.com/lv

A nodokļu maksātāja reitings
CH Latvia SIA, Reģ. Nr. 40103997795