



CENTURION HOSPITALITY

Apmācības | Treniņš

PĀRDOŠANAS ZVANI UN SARAKSTES

- # AUKSTIE ZVANI JAUNIEM KLIENTIEM
- # PROAKTĪVIE ZVANI ESOŠAJIEM KLIENTIEM
- # E-PASTU UN RAKSTISKĀ KOMUNIKĀCIJA

Apmācību un treniņa vadītājs

DIDZIS GRĀVĪTIS

1.

Komandā ir bailes no proaktīvas zvanīšanas klientiem vai ikdienā tā netiek veikta

2.

Zvanīšanu uztver kā klientu traucēšanu vai sevis nostādīšanu lūdzēju lomā

3.

Pārdevēji sūta piedāvājumus, bet atkārtota saziņa ar klientiem seko reti

**Šīs apmācības
un praktiskais
treniņš sniedz
vērtību, kad...**

4.

Nav stratēģijas, kā pa telefonu veidot sarunu un argumentēt klientu iebildumus

5.

E-pasti un WhatsApp ziņas ir bezpersoniskas un ar klientiem neveido saikni

6.

Rakstiskā komunikācija ir ar biežām struktūras un valodas kļūdām

1. PĀRLIECINOŠĀ TELEFONA SARUNA

- Padomi, frāzes un piemēri, kā radīt patīkamu un profesionālu iespaidu ikdienišķu telefona sarunu sākumā, noslēgumā un brīžos, kad nevaram atbildēt vai klientam atzvanām

2. UZTVERES MAIŅA PAR ZVANĪŠANU JAUNIEM UN ESOŠIEM KLIENTIEM

- Piemēri, kas palīdz atpazīt biežākos aizspriedumus, pieņēmumus un bailes, kas saistītas ar klientu reakciju uz negaidītu zvanu vai ziņu

3. PĀRDOŠANAS ZVANA MĒRĶI UN PIEEJA

- Objektīvu mērķu izvirzīšana, pievienotās vērtības radīšana klientam un izpratne, ka īpaši pirmā zvana mērķis nav uzreiz ko pārdot vai slēgt darījumu

4. ZVANA VEIKŠANA UN DETAĻAS, KAS IETEKMĒ TĀ REZULTĀTU

- Piemērota sarunas laika izvēle, sarunas scenāriju modelēšana, sarunu ierakstīšana un veikto zvanu analīze

5. JAUTĀJUMI, KAS SARUNU BLOKĒ UN PIEEJAS, KAS TO VEIDO

- Pārdevēju bieži lietoti jautājumi, kas uzreiz klientu atgrūž, bloķē pārdevēja iespējas un bieži noslēdz sarunu, vēl pirms tā īsti sākusies
- Atvērtie jautājumi, frāzes un piemēri, kas veido sarunu un mudina klientu dalīties ar savu viedokli, pieredzi un vajadzībām

6. IEBILDUMU ATSPĒKOŠANA

→ Desmitiem pieejas un praktiski pielietojamas frāzes biežāko iebildumu atspēkošanai 4 dažādās situācijās:

1. Klients ir neitrāls vai nav pārliecināts par vajadzību
2. Apmierina esošā sadarbība, un nav vēlmes ko mainīt
3. Lūdz atsūtīt informāciju e-pastā vai pārzvanīt citā dienā
4. Izteikti noraidošs, skeptisks, ar sliktu iepriekšējo pieredzi

7. PĀRDOŠANAS ZVANA NOSLĒGUMS UN VIENOŠANĀS PAR TĀLĀKO

→ Pieejas un frāzes, kas palīdz vienoties par nākamo saziņas soli un konkrētu tās laiku, vienlaikus veidojot pozitīvu paliekošo iespaidu

→ SMS un WhatsApp ziņu piemēri pēc sarunas profesionāla paliekošā iespaida radīšanai, neatkarīgi no sarunas iznākuma

PADZIĻINĀTS PRAKTISKAIS DARBS PĀROS VAI INDIVIDUĀLI

Papildus iespēja, vidēji 3-4 stundas (ierasti atsevišķa diena)

- Pārdošanas zvanu veikšana jauniem vai esošiem klientiem
- Sarunas scenāriju un iespējamo iebildumu modelēšana
- Katra veiktā zvana analīze un pieejas pilnveidošana nākamajiem zvaniem

8. PATĪKAMS PIRMAIS IESPAIDS SARAKSTĒ

- Praktiski principi un paraugi, kā ar uzrunas izvēli, pateicību un kontekstam atbilstošu sveicienu tekstā radīt patīkamu pirmo iespaidu un individuāli klientam rakstītas ziņas sajūtu

9. SARAKSTES SATURS UN PĀRSKATĀMĪBA

- Vadlīnijas un piemēri, kā ar teksta sadalījumu un simboliem veidot saraksti viegli lasāma, izceltu svarīgāko un veicinātu saņēmēja vēlmi atbildēt
- Piemēri ar biežām struktūras, valodas un noformējuma kļūdām, kas rada paviršu un neprofesionālu tēlu, metot ēnu arī uz ziņas sūtītāja piedāvāto produktu, precī vai pakalpojumu

10. TURPMĀKĀ SAZIŅA UN ATVADĪŠANĀS SARAKSTĒ

- Atbildēšanas termiņi, komunikācija pēc atteikuma no klienta un pieejas, kā sarakstes noslēgumā iezīmēt nākamās saziņas soļus
- Praktiski paraugi, kā izvairīties no bezpersoniskajiem “Ar cieņu”, “Cieņā” un “Ar sveicieniem”, izvēloties kontekstam pielāgotu atvadīšanās formu

PADZIĻINĀTS PRAKTISKAIS DARBS PĀROS VAI INDIVIDUĀLI

Papildu iespēja, vidēji 2 stundas, atkarībā no dalībnieku skaita

- Apmācību dalībnieku iepriekš sūtītu e-pastu un WhatsApp ziņu analīze, uzlabošana un veiksmīgāku pieeju praktizēšana

PĀRDOŠANAS ZVANI UN SARAKSTES

1 diena / 5 h

1. Drošāka un atvērtāka attieksme pret zvanīšanu klientiem
2. Prasme telefoniski veidot sarunu, argumentēt un pārdot
3. Skaidrāka struktūra un mazāk paviršību rakstiskajā saziņā
4. Vienots, profesionāls un uzticams tēls visos saziņas kanālos

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

Visbiežāk izvēlētais norises laiks, ieskaitot divas īsākas un vienu 45 min. pusdienu pauzi, finišs ar 30 min. rezervi

6-14

dalībnieki

Ieteicamais un maksimālais dalībnieku skaits vienā grupā

- ▶ **Apmācību programma / treniņš tiek individuāli pielāgots 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 dalībnieku, tā vadības uzdevumi un ieteicamie izpildes termiņi



Klientu Servisa, Pārdošanas un
Problēmsituāciju 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 devuši arī ievērojamu priekšrocību – es spēju klientu servisa, pārdošanas un sūdzību jautājumus risināt no trim skatpunktiem vienlaikus: klientu, darbinieku un vadības.*
- / 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**

ad**o**ria

 AESTHETICA

 **agrobroker**
APDROŠINĀŠANA

airBaltic

 Anti-Aging Institute

 **avesco** 

bta
VIENNA INSURANCE GROUP


Dental Art

DRUVAS SALDĒJUMS
D
ANNO 1986

 **fizio**centrs

 HOKEJA
PASAULE

IKEA

Komfort
santehnika**ap**kure


L T R K

Luminor

MÁDARA
organic skincare

Moller Auto

OlyBet


PORSCHE

RIX Rīgas
lidosta

S|E|B

 **Stena Line**

 **STOCKMANN**

Tiango VIESMĪLĪBAS
UZŅĒMUMU
GRŪPA

TILDE

URSUS
forwarding

VERDIKTS

 **VIATRIS**™

 **ziedu ekspresis**

Wolt



VIENNA INSURANCE GROUP

Viegli – tas ir pirmais vārds, kurš nāk prātā, atceroties, kā tika sagatavotas un īstenotas apmācības. Ar „viegli” es domāju mums kā mācību pasūtītājam – tā bija ātra komunikācija, tieši jautājumi un skaidri risinājumi. Iedziļināšanās mūsu vajadzībā – šķiet līdz pirmajai mācību sesijai Didzis bija to izpētījis tik ļoti, ka zināja par mums vairāk, nekā mēs paši. Ar to vēlos teikt, ka ar lielām rūpēm par klientu tiek gan sagatavotas, gan īstenotas pašas apmācības.

KĀRLIS KIRILKO

BTA, Pārdošanas procesu un atbalsta departamenta direktors



Komforts
santehnikaapķure

eVASAT

Didzis demonstrēja augstu profesionalitāti, radīja pozitīvu un atvērtu atmosfēru, iedziļinājās jautājumos un regulāri lūdza mūsu atgriezenisko saiti, kas ļāva padarīt apmācības vēl vērtīgākas. Gan mūsu pārdevēji, gan vairumtirdzniecības menedžeri guva praktiskus rīkus ikdienas darbam un jaunu skatījumu uz pārdošanas pieeju. Visas četras apmācību dienas bija saturīgas, dinamiskas un vienlaikus viegli uztveramas, kas palīdzēja komandai ātri apgūt un ieviest jaunās zināšanas praksē. Kopumā šī sadarbība pārsniedza mūsu gaidas, un mēs ar pārliedību rekomendējam Didzi kā uzticamu, atsaucīgu un profesionālu partneri klātienē un attālināto pārdošanas prasmju attīstībā.

IVARS JEČMANIS

Komforts un EVA-SAT, Valdes loceklis un tirdzniecības vadītājs



Šīs bija lieliskas un enerģiskas apmācības! Didža vadības stils padarīja mācīšanos par patīkamu pieredzi. Tas, kas padarīja to īpašu, bija spēja atgādināt par sīkumiem, kas ir būtiski darbā ar klientiem. Didzis izrādīja lielisku tematikas pārvaldību, papildinot programmu ar praktiskiem piemēriem un inovatīviem padomiem. Šīs apmācības bija patīkams atgādinājums par to, cik svarīga ir empātija cilvēku un projektu vadībā, un tās mūs gan iedvesmoja, gan iedeva noderīgas prasmes, lai veicinātu savu ikdienas darba kvalitāti.

ANDREJS GAVARS

Wolt, Latvijas restorānu komandas vadītājs



1. Treneris kā slepenais klients pirms apmācībām



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

- › **Laimīgs Klients**
- › **Veiksmīga Komanda**
- › **Augošs Uzņēmums**



Vairāk nekā 40 atsauksmes:

[Atvērt saiti](#)



CENTURION HOSPITALITY

PATĪKAMS ZVANS UN PRASMĪGS E-PASTS PALIEK ATMIŅĀ!

+371 22015433

didzis@centurionhospitality.com

www.centurionhospitality.com/lv

A nodokļu maksātāja reitings

CH Latvia SIA, Reģ. Nr. 40103997795