

MĀCĪBU PROGRAMMA

Pirmā tikšanās:	Otrā tikšanās:
<p>– Produkta/pakalpojuma iepazīšana (prakse). Dalībnieku sagatavota trīs minūšu prezentācija par savu produktu/pakalpojumu.</p> <p>– Pārdošana un tās dažādā uztvere (teorija). Pārdošana kā uzņēmēja ikdienas komunikācijas veids, tās uztvere no pārdevēja un pircēja skatu punkta.</p> <p>– Kā labāk pārdot - aktīvās pārdošanas process (teorija). Veiksmīgas produkta/pakalpojuma virzīšanas un pārdošanas pamatnosacījumi, knifi.</p> <p>– Emociju nozīme pārdošanā (teorija/prakse). Emociju kā pircēja vēlmju apmierināšanas instrumentu atpazīšana balstoties uz sava produkta/pakalpojuma īpašībām.</p> <p>– Runas vingrinājumi (prakse).</p> <p>- Aktīvās pārdošanas struktūra (teorija). Aktīvās pārdošanas struktūras shēma, labas pārdošanas sarunas pamati.</p> <p>- Vajadzību izzināšana (teorija, prakse). Klienta vajadzību izzināšanas process, tā nepieciešamība un nianšes.</p> <p>- Atvērtie un slēgtie jautājumi pārdošanas procesā (teorija, prakse). Mērķtiecīga jautājumu uzdošana.</p> <p>- Produkta/pakalpojuma prezentācija. (prakse). Dalībnieku sagatavota trīs minūšu prezentācija par savu produktu/pakalpojumu.</p>	<p>- Kā atbildēt uz negaidītiem/nevēlamiem jautājumiem (teorija, prakse). Ko un kā atbildēt negaidītās situācijās.</p> <p>- Iebildumi un atrunas, darbs ar tiem (teorija, prakse). Kā atšķirt iebildumus no atrunām, kā ar tiem strādāt.</p> <p>- Produkta/pakalpojuma prezentācija (prakse). Dalībnieku sagatavota trīs minūšu prezentācija par savu produktu/pakalpojumu.</p> <p>- Cenas nosaukšana (teorija,prakse). Kā nosaukt cenu, piedāvājot lielāko ieguvumu.</p> <p>– Virzīšana uz mērķi (teorija,prakse). Pārdošanas sarunas noslēgšana, pozitīva lēmuma panākšana.</p> <p>- Runas vingrinājumi (prakse).</p> <p>- Produkta/pakalpojuma prezentācija (prakse). Dalībnieku sagatavota trīs minūšu prezentācija par savu produktu/pakalpojumu.</p>