

APMĀCĪBU JOMA - MĀRKETINGS UN TIRDZniecība

Programma Nr.1

Praktisks seminārs “Darbinieku produktivitātes un motivācijas paaugstināšana ražošanas uzņēmumā”

I.modulis

Saskarsme un komunikācija ar sarunas partneriem. Problēmsituāciju risināšana

- Komunikācijas mērķi un rezultāts (etiķete, laiks, rezultativitāte)
- Klienta deklarētie un slēptie (sagaidāmā attieksme) mērķi un motīvi, to izzināšana
- Darbinieku mērķi un motivācija. Kuru mainīsim – sarunas partneri vai sevi?
- Attieksme darbā ar klientiem. Attieksmes izpausmes veidi. Konfliktogēna attieksme
- Stereotipi, to ietekme uz komunikāciju
- „Grūtais sarunas partneris” – kur un kāpēc tas rodas? Psiholoģiskās barjeras, to likvidēšanas iespējas
- Manipulācijas un to atpazīšana. Reakcija uz manipulācijām.
- Darbs ar problēmsituācijām (subjektīvas (piemēram, slikts garastāvoklis) un objektīvas situācijas))
 - Racionālas un neracionālas problēmsituācijas, to risinājuma iespējas
 - Problēmsituāciju signāli, pirmcēloņi. Problēmsituāciju eskalācijas pakāpes
 - Kā atbildēt uz dažādām problēmsituācijām
 - Kā attīstīt racionālu uzvedību problēmsituācijās?
- Emocionālā inteliģence – EQ
 - Savu emociju vadība. Citu cilvēku emociju vadība
 - Darbs ar cilvēka emocijām. Dažādu emociju veidošanās
- KANO vajadzību modelis (sarunas partnera apmierinātība)

Klientu tipoloģijas, darbs ar dažādiem klientu tiem

- Atkarībā no attieksmes (ekonomiskie, emocionālie, pragmatiski, prestižie)
- Atkarībā no zināšanām par produktu

Klientu izpētes un analīzes process

- Potenciālā klienta profila izveide
- Potenciālā klienta analīze
- Klienta mērķi un sadarbības motīvi, to prognozēšana un izzināšana
- Stereotipi. To ietekme uz potenciālo klientu izvēli

Komunikācija ar klientu pa telefonu

- Telefona sarunas etiķete. Pieļaujamās atkāpes no etiķetes
- Telefona sarunas priekšrocības un trūkumi. Biežāk pieļaujamās kļūdas, runājot pa telefonu
- Ieteikumi veiksmīgai telefona sarunai. Ko teikt un ko neteikt pa telefonu?
- Balss. Kā izmantot savu balsi?
- Sarunas struktūra

II.modulis

Komunikācija ar klientu klātienē vai attālināti (piem. MS Team)

Sagatavošanās sarunām

- Mērķu uzstādīšana
- Argumentu un alternatīvu sagatavošana
- Galējo rožu nosprausšana
- Pārrunu stratēģijas sagatavošana

- Motivācija un pārliecība. Psiholoģiskā sagatavotība
- Lietišķais standarts, etiķete
- Neverbālās komunikācijas nozīme

Lietišķo pārrunu principi

- Racionalitāte, sapratne, ticamība, atteikšanās no pamācoša toņa, sarunu biedra un sarunu tēmas atdalīšana, interešu, bet ne pozīciju prioritātes, kritēriju noskaidrošana
- Neaktīvie tipi – klusēšanas taktika
- Kaulēšanās veidi

Sarunas struktūra ar klientu

- Kontakta veidošana. Sarunas atklāšana. Sevis, uzņēmuma un produkta prezentācija
Vietas izvēle pie galda
- Klienta interešu, vajadzību izzināšana. Jautājumi. To ietekme uz klientu. Aktīvā klausīšanās

III.modulis

- Piedāvājums, tā prezentācija
Prezentācijas struktūra
Argumentācija. Argumentu izvēle
- Darbs ar iebildumiem
Iebildumu rašanās iemesli
Iebildumu atspēkošanas metodes
Jā.. un likums
- Virzīšana uz lēmumu. Sarunas noslēgums
- Turpmākā darbība
- Solījumi un to pildīšana
- Ilgtermiņa attiecību veidošana ar klientiem

Programma Nr 2

Praktisks seminārs “Rezultatīvu sarunu vešanas prasmes lielos darījumos un ilgtermiņa attiecībās. SPIN modelis”

I.modulis

Tirdzniecības pētīšanas vēsture, metodes, statistika

Pirkšanas cikls – kā cilvēki pieņem lēmumu pirkt?

- Mērķu uzstādīšana darbā ar klientiem
- Dažādas stratēģijas un taktikas
- Kā strādāt, ja lēmumu ietekmē vairāki cilvēki?

Tirdzniecības procesa nozīme rezultātu uzlabošanā

Lieli un mazi darījumi

- Ilglaicīgas attiecības. Vienas tikšanās darījumi
- Prezentācijas nozīme. Spiediena nozīme. Produkta vērtības nozīme
- Subjektīvie un objektīvie faktoru nozīme
- Kļūdu risks. Kļūdaina lēmuma – no klienta viedokļa - sekas

Projektu vadības mērķis darbā ar lieliem darījumiem

- Mērķis – rezultāts, mērķa analīze

II.modulis

Pārrunu ar klientiem analīzes metodes

Pārrunu ar klientiem sarunas struktūra

Klienta vajadzības (nomainīt piegādātāju, izvēlēties citu produktu)

- Vajadzību veidošanās modelis.
- Tiešās un netiešās vajadzības
- Vajadzību atklāšana, izraisīšana un attīstīšana
- Kā radīt vajadzību izvēlēties inovatīvus produktus?

Jautājumi un to nozīme projektu vadībā

- Jautājumi un spriedumi. Atvērtie un slēgtie jautājumi, to nozīme

Efektīva jautājumu tehnika (SPIN)

- SPIN modelis – lai veidotu klientam vajadzības uz pārmaiņām

III.modulis

Argumentācija

- Piedāvājums, tā struktūra un prezentācija
- Prasme argumentēt. Argumentu izvēle. Argumenti – Priekšrocības – Ieguvumi
- Ko vēlas dzirdēt klients? Prasme runāt klienta vērtību „valodā”

Iebildumi

- Iebildumu rašanās iemesli un to atspēkošanas metodes
- Vajadzības un ticības iebildumi

Klientu tipoloģijas. Neaktīvie tipi. Metodes un idejas darbam ar tiem

Programma Nr.3

Praktisks seminārs “Prezentācijas prasmju un pieaugušo apmācības kompetenču pilnveidošana, sekmējot uzņēmuma darbinieku efektivitāti”

I.modulis

Kādam jābūt izcilam trenerim

- SKOLOTĀJS ar lielo burtu
- Cilvēka emocijas un to vadība. Emocionālā inteliģence – EQ

Andragoģija (Pieaugušo apmācības metodika)

- Zināšanu vadība
- Pieaugušo mācīšanas metodika
- Mācību metodes, to stiprās un vājās puse (Ilustratīvi skaidrojošā, Reproductīvā, Problēmiskais izklāsts, Meklējumu – darbības metode, Pētniecības metode)
- Dažādi treniņu un aktivitāšu veidi un iedarbības formas uz auditoriju
- Mūsu atmiņa un zināšanu apguve
- Apmācību dalībnieku uztveres tipi

Mācību sagatavošana

- Mācību mērķi, struktūra
- Mācību plāna sagatavošana (grupu darbs)
- Uzskates materiāli, to gatavošana
- Pamatlikumi strādājot ar PowerPoint programmu
- Testu gatavošana
- Novērtēšanas kritēriju izstrāde dažādiem aktivitāšu veidiem

II.modulis

Pārliecinošas uzstāšanās

- Motivācija un pārliecība
- Tipiskākās kļūdas, vadot apmācības. Lampu drudža un citu grūtību pārvarēšana

Apmācības grupās

- Kontakta veidošana ar dalībniekiem
- Ievads. Mērķu precizēšana un vienošanās par noteikumiem
- Mācības
- Darbs ar problēmām, iebildumiem, „grūtiem” dalībniekiem
- Mācību noslēgums un kopsavilkums. Atgriezeniskās saites iegūšana

Mācību standartu veidošana. Ilgtermiņa Mācību veidošana. Mācību uzlabošanas iespējas

Darbinieku individuāla trenēšana

- Kāpēc ir grūti trenēt savus padotos (īpaši kolēģus)?
- Trenera loma un funkcijas (plāno – dari – pārbaudi – analizē)
- Darba uzdevumu deleģēšana un kontrole par padarīto. Dažādas deleģēšanas formas

III.modulis

Cilvēka emocijas un to saistība ar prezentācijas mērķiem

Prezentācijas sagatavošana

- Apkārtnes un telpas sagatavošana. Galdu un krēslu izvietojums
- Auditorijas (dalībnieku, īpaši „grūto”) apzināšana
- Aprīkojums un iekārtas. Prezentācijas tehnika un tehnoloģijas. Projektora lietošana
- Pamatlikumi, strādājot ar PowerPoint programmu
- Uzskates materiāli, to gatavošana
- Prezentācijas mērķi, struktūra un plāns. Prezentācijas scenārija un runas sagatavošana

IV.modulis

Pārliecinošas uzstāšanās

- Motivācija un pārliecība
- Ārējais izskats. Ķermeņa valoda. Žesti. Mīmika. Balsis. Vārdi
- Kontakts ar auditoriju, uzmanības noturēšana

Tipiskākās kļūdas, uzstājoties

Lampu drudža un citu grūtību pārvarēšana

Prezentācijas norise

- Ievads. Mērķu precizēšana un vienošanās par noteikumiem
- Prezentācija
- Argumentēšanas prasmes (argumenti, priekšrocības un ieguvumi)
- Uzmanības noturēšana. Aktivitāšu veidi
- Darbs ar jautājumiem, problēmām, iebildumiem, „grūtiem” dalībniekiem
- Prezentācijas noslēgums un kopsavilkums

APMĀCĪBU JOMA – BIZNESA VADĪBA

Programma Nr1.

Praktisks seminārs “Biznesa vadības metodes un rīki efektīvas uzņēmuma darbības nodrošināšanai”

I.modulis

Līdera loma uzņēmuma attīstībā

- Vadītāja funkcijas, prasmes, atbildība
- Uzņēmuma attīstība un efektivitāte. Iemesli, kas palīdz uzņēmumiem veikt pārmaiņas sasniegt rezultātu (Mērķi, struktūra, procesi)
- Vadītāja funkcijas (Deminga cikls – PDCA)
- Būtiskākās prasmes. Mērķi, motivācija, atbildība
- Vadītājs vai līderis. Būtiskākās prasmes un īpašības, kas veido līderi
Emocionālā inteliģence (EQ) – savu un citu cilvēku emociju vadība
Līdera loma uzņēmuma attīstīšanā efektīvizējot procesus un ieviešot inovācijas
Vadības stili un to izvēles priekšnosacījumi. Vadītāja vara

Komandas veidošana un attīstīšana

- Komandas nozīme nepārtrauktā inovatīvu ražošanas procesu ieviešanā un virzībā
- Komandas veidošanas iespējas
- Komandas iesaiste procesu izvērtēšanā, inovāciju ieviešanā un virzībā ražošanas uzņēmumā
- Efektivitātes uzlabošanas procesu monitorings, kontrole un pēctecība

II.modulis

Laika un darbu plānošana

- Efektīva individuālā darba organizēšana. Darba laika sadalījums. Kas atņem laiku?
- Plānošana un laika ekonomija
Prioritārie darbi
Vadītāja darbi un padoto darbi
Kā noteikt darbus, ko var deleģēt?
- Savas enerģijas plānošana

Darba procesu analīze dažādās vidēs:

- SWOT analīze. Darba procesu analīze
- Mērķu uzstādīšana un īstenošana atbilstoši prioritātēm (SMART princips)
- Mērķu plānošana, izejot no struktūrvienības un uzņēmuma mērķiem

Funkciju un darbu deleģēšana

- Deleģēšana atkarībā no darbinieka motivācijas
- Atbildības pastiprināšana kā veiksmīgas deleģēšanas nosacījums

III.modulis

Pārmaiņu vadība. Jaunumu un pārmaiņu ieviešana

- Pārmaiņu nepieciešamība. Kāpēc daži uzņēmumi ir veiksmīgi, bet citi, cieš neveiksmi?
- Pārmaiņas uzņēmumā saistībā ar inovācijām, tehnoloģijām, darbinieku prasmju un iemaņu maiņu, procesu izmaiņu
- Augstākās vadības loma pārmaiņu laikā
- Vadības stils pārmaiņu laikā
- Darbinieku sajūtas un vadītāja loma pārmaiņu laikā

Pārmaiņu posmi un to vadība

- Pārmaiņu plānošana, darbinieku iesaiste

- Pārmaiņu komunicēšana. Pārmaiņu izskaidrošanas metodes darbiniekiem. Jautājumi un iebildumi pārmaiņu laikā
- Darbinieku emociju vadība pārmaiņu laikā

Risku vadība pārmaiņu laikā

- Riska prognozēšana un vadība pārmaiņu laikā

IV.modulis

Darbinieku motivēšana

- “Motivācija” un “motivēšana”. Tiešā vadītāja loma darbinieku motivēšanā
- Tradicionālās (Maslovs, Hercbergs) un mūsdienu motivācijas teorijas, to pielietošana 21. gadsimtā
- Jauniešu motivācija (Z paaudze, kuri dzimuši pēc 1994. gada)
- 4 faktori, kas nosaka darbinieka sniegumu un panākumus
- Idejas sistēmas radīšanai, lai veiksmīgi pielietotu nemateriālos motivātorus

Sapulču vadība (Sapulces. 5 minūtes. Pārmaiņu izskaidrošanas metodes)

- Vadītāja funkcijas sapulcē
- Cilvēku faktors (pieņemumi, emocijas, saskarsme). Problēmas un personīgās intereses
- Darbinieku iesaiste sapulcē
- Priekšlikumi. Informācijas uztveres īpatnības
- Pārmaiņu (pozitīvu vai negatīvu) izskaidrošanas metodika
- Lēmuma pieņemšanas process
- 5 minūšu sapulces (ik rītu vai nedēļas sapulces)

APMĀCĪBU JOMA – KVALITĀTES NODROŠINĀŠANA UN VADĪBA

Programma Nr1.

Praktisks seminārs “Kvalitātes nodrošināšana un procesu vadība (LEAN)”

I.modulis

LEAN pamatprincipi, kultūra un filozofija

LEAN metodes un rīki

- 5S (Sašķirot, sakārtot, satīrīt, standartizēt, saglabāt). Vizuālā vadība un kontrole
- 8 zudumu veidi. Rīki zudumu identificēšanai un cēloņa noteikšanai.
- Savas struktūrvienības analīze, procesu analīze, mērķu izvirzīšana un plāna izveide uzlabojumu veikšanai. SWOT analīze
- Mērķu uzstādīšana un īstenošana atbilstoši prioritātēm (SMART princips)

II.modulis

LEAN metodes un rīki

- Procesa plūsmas analīze, optimizēšana un pilnveidošana. Procesi kartes zīmēšana un analīze. Spageti diagrammas
- Problēmu cēloņu noteikšanas metodes
- Išikavas asaka
- 5 kāpēc metode

Snieguma vadības sistēma

- KPI/rādītāji, darba snieguma analīze
- Baltās tāfeles
- Problēmu risināšanas tehnikas
- Efektīva snieguma vadības sapulces
- 5 minūšu sapulces (ik rītu vai nedēļas sapulces)