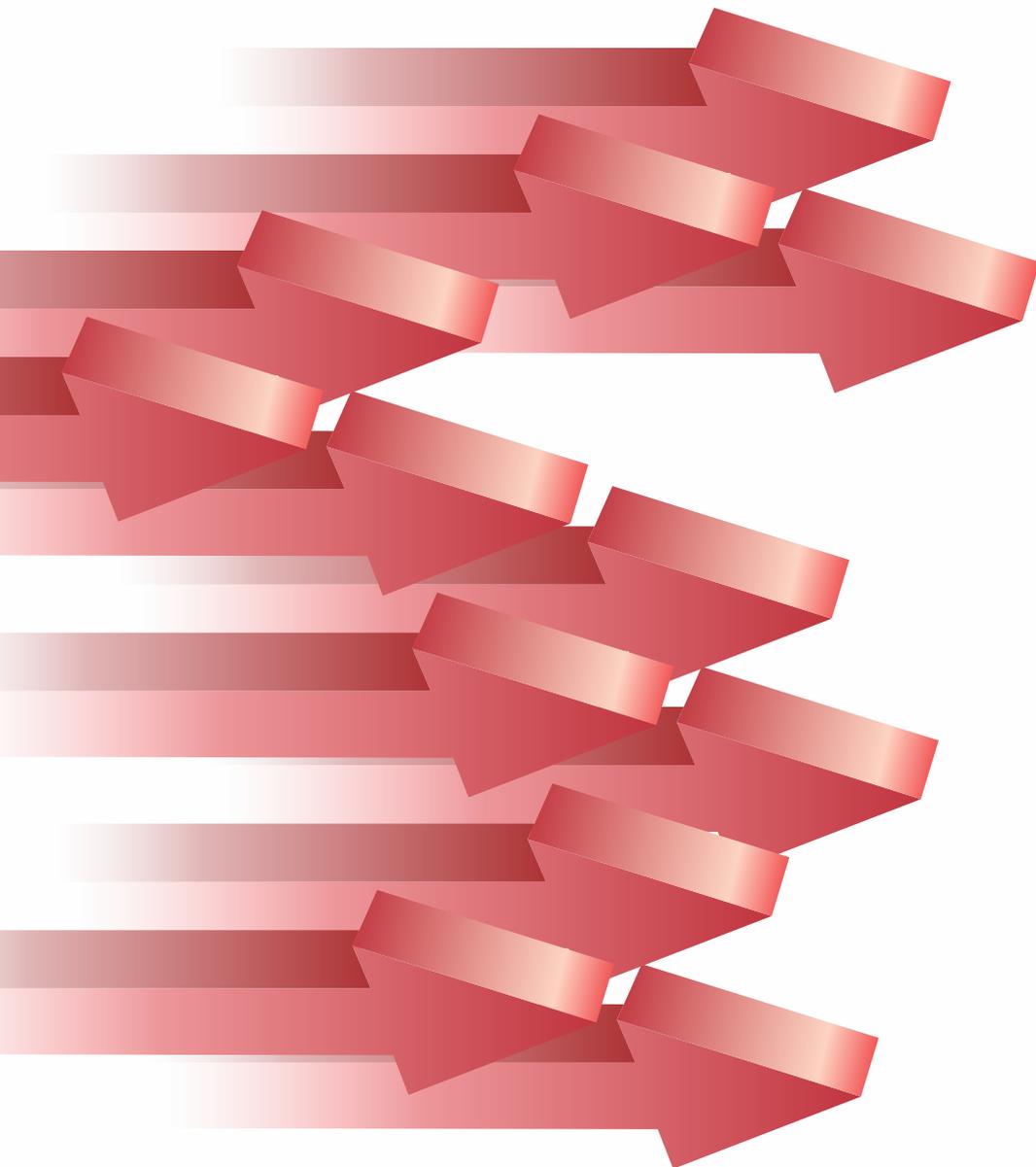




**Pavelas Drutelis**

**„Profesionalus pardavimas“**

**Mokymai**





*„Gyvename laike, kuris kainuoja. Įgavę tinkamus įgūdžius, kuriančius vertę – laikas gali mums uždirbti pinigus“*

*Pavelas Drutelis*

A handwritten signature in dark ink, appearing to be 'P. Drutelis', written in a cursive style.

## BIOGRAFIJA

Pavelas Drutelis

Pavelas Drutelis gimė Kaune, 1977 metų birželio 19-tą. Baigęs A.Timinskio vidurinę mokyklą, 1995 metais įstojo į Vilniaus Universiteto Kauno Humanitarinį fakultetą. Pasirinkęs marketingo ir prekybos vadybos studijas, P.Drutelis 1996 metais savo karjerą dar studijų metu pradėjo UAB „Alio“ įmonėje kaip pardavimų vadybininkas, kur sėkmingai dirbo su reklaminių laikraščių „Alio Kaunas“ ir „Alio reklama“ reklamos pardavimais.

Nuo 1997 metų įsidarbino pardavimų vadybininku reklamos agentūroje UAB „Saulės spektras“. 1999 metais buvo išrinktas geriausiu pardavėju bei gavo pasiūlymą po studijų užimti projektų vadovo pareigas centriniam agentūros ofise, Vilniuje.

Nuo 1999 metų persikėlęs į Vilnių gyventi, UAB „Saulės spektras“ reklamos agentūroje ėjo projektų vadovo pareigas ir buvo atsakingas už pardavimus, probleminiams VIP klientams, visoje Lietuvoje. P. Drutelis vadovavo įvairiems pardavimų skatinimo projektams, tokiems kaip: „Lietuvos auto“, „Lietuvos turizmas“, „Lietuvos medicina“, „Lietuvos statyba“, „Mūsų Lietuva“ ir 25 procentais padidino projektų apyvartą, asmeniniais pardavimais 50 kartų viršijo įmonės pardavimų vidurkį. Tais pačiais metais, tapo atsakingu už naujų pardavimų vadybininkų apmokymus bei personalo atranką. P.Drutelis baigęs Švedijos specialistų agresyvios reklamos pardavimų metodų mokymus, naudodamas įgytas žinias savianalizės principu, pasiekė rekordinį pardavimų vidurkį. Pritaikius asmeninę patirtį vadybininkų mokymui, metų laikotarpyje pardavimų vadybininkų kaita įmonėje buvo sumažinta iki 80 procentų.

2001 metais įkūrė reklamos ir verslo informacijos bendrovę „Jumsinfo“. Šiuo metu specialistas yra atsakingas už „Jumsinfo“ reklaminių žurnalo bei internetinės verslo duomenų bazės plėtrą Lietuvoje.

Su žmona leva augina 2 vaikus ir aktyviai dalyvauja savo įmonės veikloje: rūpinasi savo darbuotojų atranka bei jų paruošimu, sprendžia pardavimuose iškilusias problemas bei veda savo autorinės pardavimų skatinimo programos mokymus įmonių vadovams bei jų darbuotojams.

Pavelas Drutelis yra vienas pirmųjų aktyvių pardavimų ekspertų-praktikų Lietuvoje bei „Jumsinfo“ verslo informacijos ir reklamos verslo projektų bendras įkūrėjas. Savo karjerą pradėjęs kaip pardavimų vadybininkas, per 18 metų kildamas pareigose yra susidūręs su aktualiausiomis problemomis pardavimų srityje. Todėl šiai dienai, autorinėje mokymų programoje pasitelkiama unikali patirtis, įgūdžiai bei rezultatų pavyzdžiai. Pateikiant informaciją vadovaujamosi šiuolaikiniais dėstymo metodais. Charizma pasižymintis pardavimų اساس turi puikius komunikavimo įgūdžius - pardavimų meno gudrybės pateikiamos aiškiai ir paprastai. P. Drutelio mokymai pasižymi puikiu informacijos įsisavinimu ir suvokimu bei pardavėjus įkvepiančia asmeninio augimo motyvacija.

**Domėjimosi sritys:** rinkodara ir rinkodaros tyrimai, žmogiškieji resursai, viešieji ryšiai ir komunikacija, leidyba, žmogaus elgsenos psichologija.

**Pomėgiai:** aktyvus turizmas Lietuvoje ir užsienyje, knygos, sportas.

## „PROFESIONALUS PARDAVIMAS“

Autorinė Pavelo Drutelio programa

### APRAŠYMAS:

„Profesionalus pardavimas“ – tai individuali pardavimų skatinimo programa skirta didinti pardavimų apimtį ir kokybę, tobulinant pardavimų įgūdžius bei darbuotojo emocinį intelektą. Mokymų programa sudaroma įvertinus esamą įmonės situaciją, pagal atliktą įmonės bei jos konkurentų išsamią analizę. Dėstomai medžiagai yra pritaikyta *online* (ang. prisijungęs) metodika, kurios dėka informacija lengvai įsisavinama.

### MOKYMO PROGRAMOS TIKSLAS:

- #ugdyti sistemingą santykių vystymą su klientu.
- #avinti reprezentatyvų prekės/paslaugos pristatymą bei tinkamą naudą bei pranašumų pateikimą klientui.
- # suteikti praktinius įrankius sėkmingo pardavimo vykdymui derybų metu.
- #vystyti strateginį mąstymą pardavimo procese bei darbo planavime.
- #didinti darbuotojų pasitikėjimą savimi bei atkaklumą siekiant įmonės tikslų.
- #formuoti teigiamą požiūrį kliento atžvilgiu.

### MOKYMŲ PROGRAMOS NAUDA ORGANIZACIJAI:

- #darbuotojo patirties ir žinių (įgautų mokymų metu) panaudojimas įmonėje suteikia galimybę padidinti įmonės apyvartą bei darbuotojo efektyvumą.
- #lektoriaus suteikta motyvacija darbuotojus skatina labiau būti atsakingiems už savo veiksmus įmonės labui, kurti pridėtinę įmonės vertę bei tapti lojalesniems savo įmonei.
- #šugdyti profesionalaus pardavimo įgūdžiai leidžia darbuotojams tinkamai atstovauti savo įmonę ir kurti kompententingos įmonės įvaizdį klientų, partnerių ir konkurentų atžvilgiu.

### PROGRAMOS ELEMENTAI:

|  |   |
|--|---|
| 1. Pardavimų kvalifikacinio lygio nustatymas   | - Slapto pirkėjo tyrimas, konkurentų analizė;               |
| 2. Baziniai „Profesionalaus pardavimo“ mokymai | - 2 dienų mokymai pagal 7 žingsnių pardavimo sistemą;       |
| 3. Individualaus pardavimų scenarijaus kūrimas | - Scenarijus pagal Jūsų pardavimų modelio SSGG analizę;     |
| 4. Tęstiniai mokymai                           | - 2 dienų mokymai silpniau įsisavintiems įgūdžiams gilinti; |
| 5. Individualios konsultacijos                 | - asmeninės konsultacijos pardavėjo efektyvumo stiprinimui; |

### LEKTORIUS:

**PAVELAS DRUTELIS** – lektorius, pardavimų srities specialistas, verslininkas.

Turi penkiolika metų verslo ir viešojo sektoriaus konsultavimo, administravimo bei valdymo patirtį. P. Drutelis yra vienas pirmųjų aktyvaus pardavimų ekspertų Lietuvoje. Per aštuoniolika savo darbo metų pardavimų sferoje, verslininkas rūpinosi pardavimų projektų rengimu ir įgyvendinimu, personalo atranka, personalo apmokymais, reklamos viešinimo planų rengimu. Savo vadovaujamų projektų praktikoje turėjo nuolatinį 25% apyvartų augimą. Lektorius yra parengęs ir veda autorinių programų mokymus temomis: „Profesionalus pardavimas“, „Visa tiesa apie reklamą Lietuvoje“, „Profesionalaus pardavimo pagrindai“, „Efektyvios derybos“.

### MŪSŲ KLIENTAI:

Samsonas, Aviva Lietuva, C&D Style, L'Occitane, Aukso Gija, Batukas, Nuova, Australita, Aspa, Agrimatco, Krištoliniai vandenys (Aquafilter), Krinona, Cascada, Peikko Lietuva, Ambertonas, Svydis Lietuva, Perlo kreditai, Ežiukai, Vienas Pasaulis, Senukai, Autoakstė, Remmers Lietuva, Liūtukas ir ko, KTU vadybos katedra, Vlantana, Leidykla Jūsų Flintas, Psichologija Tau, Klasikinė tekstilė, Biuroteka, Omniteksas, Optika ir technologija ir kiti.

## NET 80% PARDAVIMO SĖKMĖS PRIKLAUSO NUO PARDAVĖJO

„Profesionalaus pardavimo“ pardavimų valdymo programa – pilnas žmogiškaisiais ištekliais paremtas pardavimų skatinimo kompleksas. Ši programa padės Jums būti pranašesniems už konkurentus, sukurti/patobulinti pardavimų strategiją, išmokins pardavimo technikas, pakels darbuotojų vidinę motyvaciją ir psichologinį pasirėngimą.

### KONKURENCINĖS RINKOS ANALIZĖ

Tai privalomas etapas siekiant atrasti savo išskirtinumą bei sėkmingai konkuruoti rinkoje. Šis etapas ne mažiau naudingas ir mažiesiems rinkos dalyviams, jei tiesiogiai konkuruoti su didžiais negalite, tai perimti dalį gerosios praktikos, pasimokinti iš kitų klaidų ir atrasti savo privalumus tiesiog būtina. Kiekvienas geras pardavėjas, turi žinoti kokį pasiūlymą klientas gaus iš konkurentų. Konkurencinės rinkos analizės dėka sugebėsite pateikti ne tik kaina geresnį pasiūlymą bei išvengti nepagrįstų nuolaidų prašymo ir kitų pirkimo vadybininkų triukų. Savo produkcijos/paslaugų rinkoje Jūs privalote žinoti daugiau nei Jūsų pirkėjas.

### BAIGTINIS SĖKMINGO PARDAVIMO VEIKSMŲ PLANO PATEIKIMAS

Baigtinis sėkmingo pardavimo veiksmų plano pateikimas Jūsų pardavėjams duos aiškia bendravimo schemą ir taktiką, kurios įgyvendinimas garantuoja net 80% pardavimo sėkmės.

Dauguma, net ir patyrusių, pardavėjų naudoja tik tam tikrus pardavimo taktikos elementus arba bendrauja stichiškai. Aiškiai išdėstyta „Profesionalaus pardavimo“ septynių žingsnių sistema apima esminius pardavimo elementus, juos apjungdama į nuoseklų veiksmų planą. Šios programos pasėkoje, patyrę pardavėjai papildoma savo žinias ir pastebi daromas klaidas, o naujokai gauna aiškų veiksmų planą.

Naujokams ši sistema tiesiog gyvybiškai būtina, tai yra jų veiksmų planas siekiant gero rezultato. Ne paslaptis, jog atėję naujokai mokina iš seniau dirbančių kolegų, kurie toli gražu ne visada yra tobuli pradavėjai. Jie naujokams perduoda ne tik žinias, bet ir klaidas bei iškraipytą pardavimo modelį. Šio sugedusio telefono pasekmė – pasikarojančios pardavimų klaidos bei visos įmonės pardavimų problemos. Tvirta bei nuosekli, profesionaliai paruošta pardavimų schema -patikima priemonė pasiekti įmonės lūkesčius atitinkančius pardavimus.

### PARDAVĖJO VIDINĖ MOTYVACIJA BEI PSICHOLIGINIS PASIRĖNGIMAS

Tai ugnelė duodanti gyvybę mechaniškai atidirbtai padavimo schemai. Per daugelį vidinių bei viešųjų mokymų tenka pastebėti didelį pardavėjų nepasitikėjimą savimi bei siūlomu produktu. Ypatingai naujokai bijo „įklyrėti“, „trukdyti“ ar „piršti savo nuomonę“. Rinkoje labai aktuali pardavėjo – pirkėjo psichologinių pozicijų problema. Pardavėjo pasiūlymo vertės nesuvokimas iškvepia rinkos santykius bei muša prekės/paslaugos kainą nepalikdamas vietos kokybei. Retas naujokas suvokia save, kaip lygiavertį verslo partnerį perkančiajam, o „prašyti išmaldos“ darbas toli gražu ne iš maloniųjų...

Gyvais pavyzdžiais pateikiama bendravimo praktika bei pardavėjo psichologinių duobių įveikimo patirtis – tai neįkainojamas pagrindas Jūsų pardavėjų motyvacijai. Ši informacija iš „svetimų lūpų“ turi didelę įtaigą, kurią sunku sukurti pačiam darbdaviui.

### GERESNIS INFORMACIJOS ĮSISAVINIMAS

Asmeninė mokytojo charizma ir paprastumas -informacijos priėmimo garantas. Juk visi mokame pradinės mokyklos kursą, tačiau paprastai bei įsimintinai jį išaiškinti vaikui tikrai pavyksta ne visiems. Suaugę žmonės informaciją priima kur kas sunkiau... Net ir didelę patirtį turintis pardavimų vadovas savo pavaldiniams dažnai ją bando perteikti nesėkmingai. Besiklausant vadovų pasikartojančių frazių, pavaldiniams tarsi „užgula ausys“ ir net naudingiausia informacija lieka tik valdžios priekaištai.

### PRAKTINIAI ELEMENTAI BEI PARDAVIMO SIMULIACIJOS

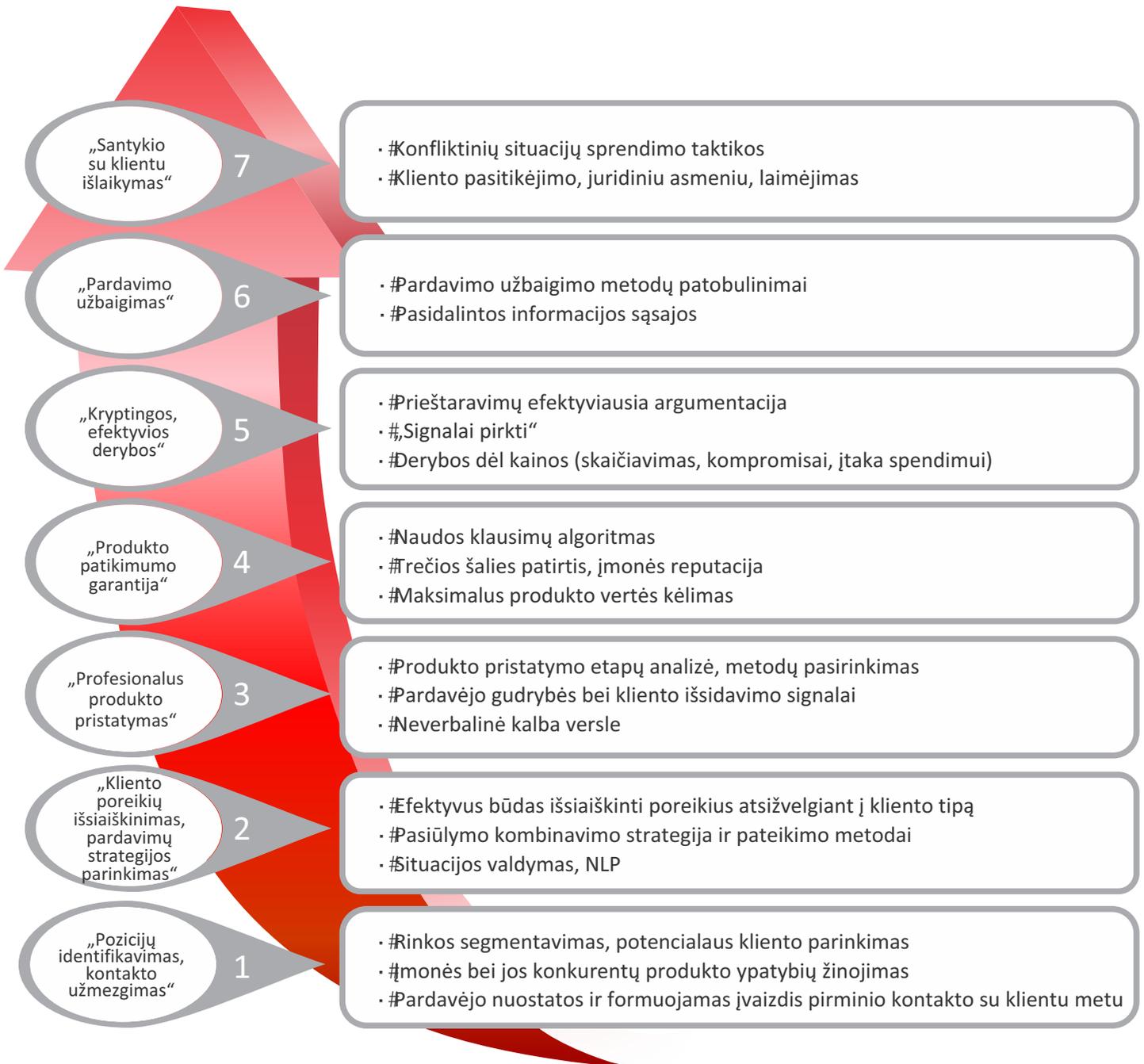
Puikiai iliustruoja bei padeda suvokti aptariamas priemones. Mūsų mokymų metu aptariamas bei analizuojamas Jūsų produktas ir pirkėjas Praktinė mokymų dalis – Jūsų pardavėjų paruoštukas bendravimui su klientais. Pardavimų simuliacija taip pat gana tiksliai parodo pagrindines pardavimo problemas, o apjungta su stebėjimu ir anketavimu leidžia pateikti išsamias rekomendacijas asmeniniam tobulėjimui. Profesionalus žvilgsnis iš šalies leidžia pastebėti tai kas paslepiama po asmeniškumais ir pasikartojančiomis nesėkmėmis priežastimis.

### PASTOVI PRIEŽIŪRA IR KONSULTACIJOS

Tai pardavimo įgūdžiai ir asmeninės strategijos atradimas. Kiekvienas žmogus savo unikaliu pasaulio suvokimu skirtingai priima bei įsivaina pateiktą medžiagą. Nemaža medžiagos dalis po mokymų būna tiesiog pamiršta. Bendraujant su klientais, kiekvienas pardavėjas susiduria su problemomis ir neįveikiamais argumentais. Šių situacijų analizė bei individualios konsultacijos užtikrins, jog visi personalo nariai įsivains mokymų medžiagą ir galės atrasti individualias stiprybes pardavimų srityje.

Pardavimo mokymai ne tik puiki priemonė kelti įmonės pardavimus, tačiau ir puikus paskatinimas bei įvertinimas Jūsų darbuotojams.

## “PROFESIONALUS PARDAVIMAS” 7 žingsnių programa



**L'OCCITANE**  
EN PROVENCE



UAB C&D STYLE  
Nemuno g. 10-1, Kaunas  
IK 11084244  
PVM mokėtojo kodas L1108442415  
Tel. 8-37 422 192  
Faks. 8-37 321 395  
El. paštas: info@cdstyle.lt

Kam: Pavelui Druteliiui

# Padėka

2013 m. rugsėjis 18 d.  
Kaunas

*Mokslas nebūvo ir niekuomet nebus užbaigta knyga. Kiekvienas svarbus laimėjimas iškelia naujų klausimų, o visoka raida ilgątinai susiduria su naujais, kas kart didesniais sunkumais. - A. Einšteinas.*

*Paikūs seminaras, profesionalus lektorius pasirėngimas bei sugebėjimas valdyti auditoriją. Žinios ir patirtis perduodamos tikslingai ir įkvepiančiai. Mes pateisinome visus savo lūkesčius.*

Nuosirdus ačiū C&D style kolektyvo vardu

Laop. įrašyti nebet  
Lauko Užrašymas



Nemuno g. 10-1, Kaunas 44204, Lietuva  
Tel: +370 37 422192  
Faksas: +370 37 321395  
El. paštas: info@cdstyle.lt

ik 11084244  
įmonės registravimo Nr. AB 2000-114  
AB bankas Hansabankas, a/s L1237300010075064159, b/k 73000  
AB Vilniaus bankas, a/s L1667044060002848188, b/k 70440



UAB „PEIKKO LIETUVA“  
Naglo g. 4A, LT-62360 Kaunas  
IK 3005124192  
A/s L1631463000001152113  
Mokėtojo kodas L1631463000001152113  
Tel. +370 37 362281  
Faks. +370 37 301903  
www.peikko-cd.lt

## PADĖKA

Viso kolektyvo vardu dėkojame už nuolatinių bei įdomių seminarų „Profesionalus pardavimas“. Įgytos žinios bei praktiniai įgūdžiai labai naudingi mūsų darbu. Nuolatinei dėkojama dėstytojui: Paveliui už įdomių seminarų bei mokymų organizavimą ir patikrą renginį.

Šių seminarų rekomenduojame visiems asociacijos nariams patikrinti patikrinę komandų ir gerinti bendravimą su klientais.

UAB „PEIKKO LIETUVA“

direktorius: Paulius Butyja



*Paulius Butyja*

2012 m. kovo 27 d.  
Kaunas



## DĖKOJAME

Dėkojame Paveliui Druteliiui už profesionalų bei informatyvių seminarų, kuris padėjo padidinti pardavimus bei paskatino siekti maksimalių tikslų. Tikslingos žinios apie bendravimą su klientais suteikė daugiau pasitikėjimo pardavimų vadybininkams.

UAB „Samsonas“ didmeninės prekybos skyriaus kolektyvas

UAB „Samsonas“ didmeninės prekybos skyriaus kolektyvas

*Andrius Lepšys*



## PADĖKA

Dėkojame Paveliui Druteliiui už įdomių ir naudingų seminarų. Jūsų paprastai bei efektyviai perteiktos žinios ir įkvepiantys pavyzdžiai padėjo mūsų pardavimų kolektyvui tobulėti. Linkime sėkmės bei įkvepimo tolesnėje veikloje!

UAB „Svydis Lietuva“ kolektyvas

*Paulius Butyja*





Uždaroji akcinė bendrovė „ASPA“  
Kalvarijų g. 125, LT-08221, Vilnius  
Tel. (8 5) 270 0064, Faks. (8 5) 272 4897  
El. paštas: aspa@aspa.lt



Kam: UAB "New World Baltic"

## PADĖKA

*Visos įmonės vardu dėkojame lektoriui Pavelui Druteliiui už profesionalų bei informatyvių seminarų, kuris padėjo padidinti pardavimus, bei suteikė naujų idėjų.*

„ASPA“ kolektyvo vardu

Marketingo vadovas

Dmitrij Gulko



## PADĖKA

Dėstytojui Pavelui Druteliiui

Nuoširdžiai dėkojame už organizuotus mokymus mūsų kolektyvui. Jų metu įgijome daug žinių ir vertingus patirties, kurię panaudosime tolimesnėje įmonės veikloje.

UAB „Autralita“ direktorius  
Gintaras Plytininkas



Kam: Pavelui Druteliiui

## Padėka

*„Aukso gija“ kolektyvo vardu dėkojame už mokymų metu gautas žinias, kurias jau sėkmingai išbandėme praktikoje. Linkime kūrybinės sėkmės ir entuziazmo profesinėje veikloje.*

„Aukso gija“ kolektyvas



Uždaroji akcinė bendrovė „AVIVA“ ir parama bendrovė  
"Aviva Lietuva"  
Savanorių g. 202 B, LT-04019 Kaunas  
Teliai 371 312236  
Faksas 371 311300  
WWW.AVIVA.LT

Kam: UAB "New World Baltic"

## PADĖKA

*Noriu padėkoti Pavelui Druteliiui už puikius profesionalius pardavimo mokymus. Mokymai leido suvokti į pardavimo procesą itin kampu. Tai labai naudinga ir visai dirbantiesiems, ir naujai pradėjusiems dirbti pardavėjams.*

*Svarbiausia, kad visi seminaro dalyviai pradėjo taikyti įgirtą informaciją. Jiems tapo lengviau pasikviesti klientų pokalbui. Po susitikimo nustatytas kliento tipas ir tik tuomet ruošiant pasiūlymą.*

*Ragstysiu mėnesį pardavimus turėjo visi mano grupės nariai!!!*

Atliū Jums už puikų seminarą.

Grupės vadovė

Sigitu Zabruckiene

# Oras

|          | Šiandien | Rytoj | Poryt |
|----------|----------|-------|-------|
| Vilnius  | +1 ☁     | +6 ☁  | +5 ☁  |
| Kaunas   | +6 ☁     | +6 ☁  | +5 ☁  |
| Klaipėda | +5 ☁     | +3 ☁  | +3 ☁  |

☀ Saule  
☁ Pūgštiniai  
☂ Lietus  
☄ Tiesioginis šaltas  
☄ Šaltas su liumi  
☄ Vėjelis



## Trečiadienis

2009 m. spalio 14 d., Nr. 197 (1097)

## VERSLO ŽINIOS

## uz.lt

Skaitomiausi (2009 10 13)

1. Skaitomiausi pigojo turinio antraštės
2. Nėšėvėčia Lietuvoje: svarbi žinija
3. Kviečiama laisvai pasirašyti: hankai kriūti antraštės viršūnė

## Rytoj

Vadyba

Atleisti darbuotojai nuolat gali išlikti konkurencingais šiuolaikiniame komerciniame pasaulyje. Tam gali užtikrinti kelias IT sprendimus ir tinkamai įdiegti miltus internete.

➤ **VALIAUSOVSKAIA**, verslo tyrimams, kadėtėlis & licencijos, verslo tyrimams, atleisti darbuotojus



## VŽ leidiniai

- 10 16 Baidų gamyba ir medienos pramonės technologijos
- 10 23 Informacinės technologijos
- 10 27 Verslo klase

# Paslaugą įsiūlyti sunkiau negu prekę

## Paskutinis puslapis Pardavėjai visada reikalingi

RASA UZEVECKYTĖ

rasa.uz@vz.lt

Anksčiau bet kokie mokymai dalyvių nestokodavo, o dabar dažniausiai įmonės renkasi duodančius praktines naudas. Prekyba – viena iš sričių, kurioje žinios, kaip įsiūlyti klientui pirkti ir kokią dozę „mandagaus įžulumo“ galima taikyti, reikalingos nuolat.

Su sunkmečiu iššūkiams įmonės dorojasi nevienodai: vienos nuleidžia rankas ir pasiduoda, kitos, perkračiusios, ką dar moka ar gali daryti, metasi į naują sritį.

Jau seniai knietėjo organizuoti mokymus pardavimo vadybininkams. Dabar, kai įprastų darbų apmažo, šiuos ketinimus įgyvendino. O ir vienas kitas uždirtas litas įmonėi tikrai nepakenkia, – prietaisai, kodėl stverėsi mokymų, aiškina Pavelas Drutelis, Kauno UAB „New World Baltic“ (NWB) mokymo specialistas.

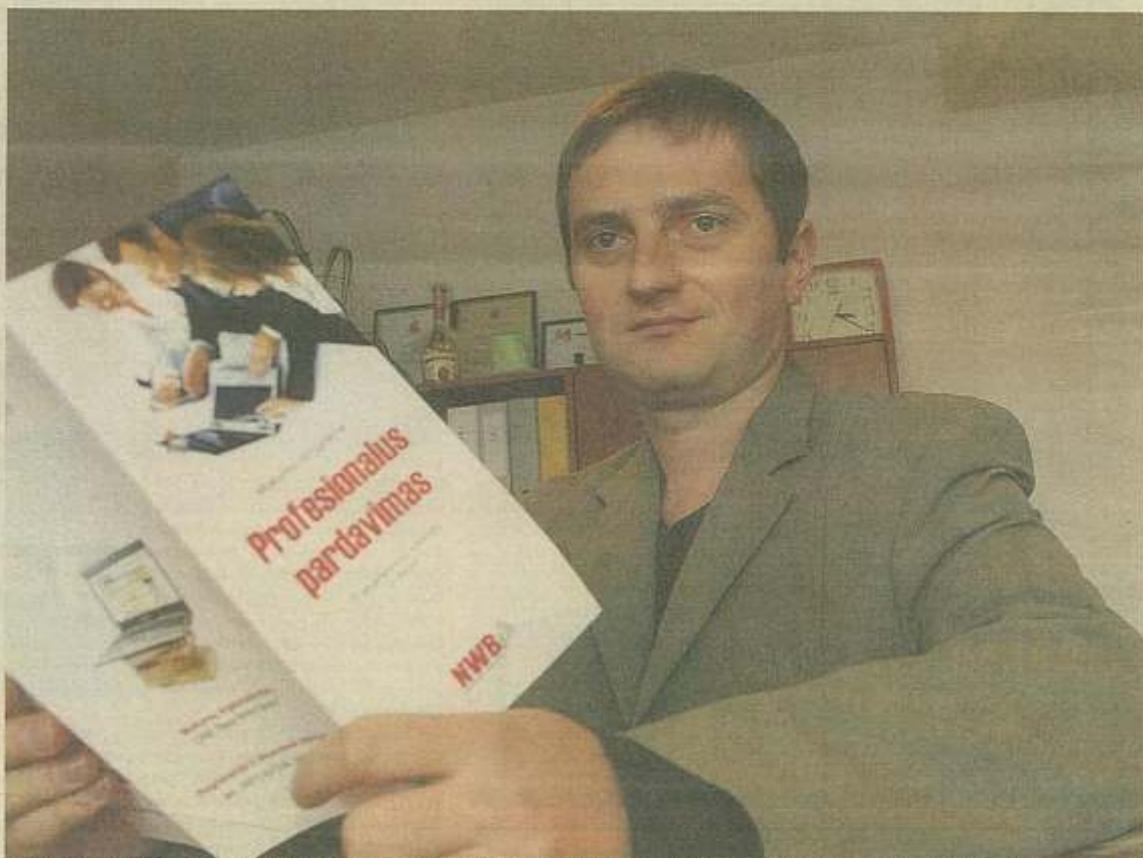
Pagrindinė bendrovės veikla – reklama ir leidyba. Įmonė valdo verslo informacijos portalą Kauno apskrįčiai, taip pat leidžia šiam regionui skirtą katalogą, jis išleista kas du mėnesius.

„O kad surinktum reklamos, reikalingi pardavimo vadybininkai. Kiek jau esame jų apmokę, parengę – nesuskaitėsi. Todėl nutarėme, kad patirties turime pakankamai, ir pabandėme ją perduoti kitiems. Šis sprendimas pasiteisino, nes ir į pirmus mokymus pavyko surinkti visą grupę dalyvių, antriesiems jau laisvų vietų beveik nebeliko“, – pasiteisinusio idėja džiaugiasi p. Drutelis.

### „Oro“ pardavėjai

Praktika rodo, jog įsiūlyti paslaugą yra kur kas sunkiau nei prekę, nes šią galima pačiam parduoti.

Dar sunkiau parduoti reklaminį katalogą: praktiškai privalai parduoti produktą, kurio realiai dar nėra. Todėl vadybininkams, paragavusiems tokio parnavimo duonos, kitos užduotys atrodo jau kur kas lengvesnės. Šių specifinių pardavimų praktika priimama ir kitoms įmonėms. Būtent praktiškai, nes ji mūsų mo-



➤ **PAVELAS DRUTELIS**, Kauno UAB „New World Baltic“ mokymo specialistas: „Sunkiausia parduoti reklaminį katalogą: praktiškai privalai parduoti produktą, kurio realiai dar nėra.“ šaukto MIEŠKONIO NUOTIK.

kymuose sudaro 70%, – pasakoja mokymo specialistas.

### Laiko atranda

Nuogastavimai, kad šiais laikais įmonės visiškai nukirpo mokymui skirtas lėšas, nepasitvirtino. Taip pat ir teiginiai, jog išleisti darbuotojus pasimokyti prabanga jau vien dėl to, kad tuo metu jie nebūna darbe, tai reikiama – neatlieka savo tiesioginių pareigų. Tiesa, bendrovės surado kompromisą: mokymai rengiami penktadieniais ir šeštadieniais.

„Išleisti vieną darbo dieną mokymus – ne taip skausminga. O darbuotojas irgi gali pasikoti pusę savaitgalio, nes jei

darbdavys investuoja į jį, būtinai jausi pareigą atsidėkoti“, – įsitikinęs p. Drutelis.

Robertas Sadauskas, UAB „Wolcolor group“ Kauno skyriaus vadybininkas, teigia, kad tik nuo vadovo pozicijų ar siekių priklauso, ar leisti žmones mokytis šiais sunkiais laikais.

„Logiška, kad į mokymus ar seminarą išvyksta žmogus tuo metu nedirbs. Bet reikia pasverti, kas svarbiau: ar funkcijos šiandien, ar progresas rytoj. Manau, kad didesnę naudą būtų, jei kartais ir patys įmonių vadovai apsilankytų parnavimo mokymuose, nes girdę iš jų visai kitaip žiūrį į par-

davėjų darbą ir galimybes“, – mano p. Sadauskas.

Tokiai nuomonei pritaria ir mokymų organizatoriai, anot jų, vadovas, iškilusęs klausimą apie praktines pardavimo galimybes, galės ne tik patarti darbuotojams, bet ir šiuos paspausti bei pareikalaus geresnių rezultatų.

### Mandagus įžulumas

Niekam ne pasiaupsis, kad pardavimo vadybininkams šiandien sunkias dienas.

Žmonės šiais laikais atrodo užguiti, šalti, susirūpinę, kaip reikės gyventi rytoj. O čia dar tu ateini ir siūlai ką nors įsigyti. Lengva, labai ne-

lengva. Geras pardavimo vadybininkas turi mokėti sudominti ir nestokoti mandagaus įžulumo. Tik taip galima šiandien parduoti“, – neslepia p. Sadauskas.

NWB atstovas atkreipia dėmesį į tai, kad kartais ir geram pardavėjui smulkmenos neleidžia pasiekti rezultatų. Pavyzdžiui, žmogus gali turėti teorinių žinių, žinoti, kaip reikia prekę ar paslaugą parduoti, tačiau jo taktika pernelyg švelni. Nes tai, kas tik vakar, šiandieninėmis sąlygomis dažniausiai nebeteikia. Dabar kaip niekad svarbu net dešimt kartų išgirdus neigiamą atsakymą vis tiek įri-

kinti, kad jūsų produktą nusipirkti būtina.

„Dažnai pardavėjai, atėję į mokymus, patys pasako, kokias spragas jaučia. Arba jie „užsikabina“, kai nagrinėjame kokį konkretų atvejį, gilinasi, klausinėja. Bet jei žmogus tyli, būtent jį ir stengiamės prakalbinti, įtraukti, nes tik pats dalyvaudamas užduotyse gali išmokti ir gauti praktines naudas“, – pasakoja p. Drutelis.

Dažniausiai vadybininkų mokymų apmoka įmonės, tačiau pasitaikė atvejais, kai pinigų mokojo pats žmogus, norėdamas pagilinti pardavimo žinias ir tikėdamasis, kad taip bus lengviau rasti darbą.

Šis puslapis atspausdintas iš DELFI interneto vartų.  
Adresas <http://verslas.delfi.lt/archive/article.php?id=59196981>

## Kas kiša koją Lietuvos pardavėjams?

(27)

Lektorius, pardavimo specialistas Pavelas Drutelis,  
[www.DELFI.lt](http://www.DELFI.lt)  
2012 m. liepos 27 d. 16:31



Pavelas Drutelis

© Asmeninio archyvo nuotr.

**Pasitikėjimas siūlomu produktu – esminė sėkmingo pardavimo sąlyga. Neretai profesionalus pardavėjas įsivaizduojamas kaip fokusininkas, kuris užburia klientą. Deja, jokie aukštojo pilotazo triukai neišgelbės, jei nėra tvirto pagrindo po kojomis. Toks paprastas dalykas kaip parduodamos produkcijos išmanymas bei tikėjimas tuo, ką darai, kiša koją daugeliui Lietuvos pardavėjų ir pardavimo vadybininkų.**

Per ilgametę įvairių sričių pardavėjų ruošimo bei konsultavimo patirtį su liūdesiu tenka pastebėti, kad pagrindinė problema – netikėjimas ir neišmanymas. Didelės dalies pardavimuose dirbančių žmonių žinios apie parduodamą produktą susiveda į tai, kad jų

produktas toks pats arba panašus kaip pas visus bei kokia jo kaina. Ir jei neišmanymą galima pakeisti žiniomis, tai su netikėjimu kovoti yra tiesiog neverta. Jei pardavėjas yra nusistatęs neigiamai įmonės kurioje dirba arba produkcijos, kurią parduoda atžvilgiu, su juo geriau tiesiog atsisveikinti.

Galiu drąsiai teigti, kad iš visų sutiktų pardavimo vadybininkų tik 10 – 15 proc. tinkamai išmano savo produkciją bei konkurencinę aplinką. Tas, beje, ir atsispindi šių žmonių rezultatuose, kurie yra stabilūs arba augantys. 30 – 25 proc. pardavėjų mano, jog jų parduodamas produktas yra prastas. Šia nuomone jie, deja, nesidalija su vadovais, tačiau ji vienai ar kitai yra parduodama pirkėjui.

Likę 60 proc. pardavėjų, kurie nėra lyderiai bei neturi išankstinių neigiamų nuostatų, svyruoja tarp pasidavimo klientų prieštaravimams arba atkakliai ieškodami žinių tampa lyderiais. Šiems darbuotojams ypatingai reikalinga pastovi vadovų pagalba, aiškinant produkto ypatybes, analizuojant konkurencinę rinką bei atremiant prieštaravimus. Būtina akcentuoti produkto bei įmonės skirtumus nuo konkurentų ir juos paversti privalumais.

Jei pardavėjas netiki produktu, kurį parduoda, pirkėjas tai tikrai pastebės. Išduos kūno kalba, balso tembras bei neįtikinami argumentai. Vienareikšmiškai siūlau pardavėjams nebetęsti tokio darbo, kuris yra žalingas tiek jiems, tiek įmonei, kurioje jie dirba. Yra du keliai, ieškoti patinkančio produkto arba gilintis į esamą produktą tol, kol jis jiems patiems atrodys geras.

Neigiamai nusiteikusiems, kurių komentarai skambėtų maždaug taip: „Klientas teisus, geram produktui kritika nesakoma, yra daug geresnių ir tt.“, turi nuvilti. Pirkėjai dažniausiai prieštarauja dėl visiškai kitų priežasčių. Jie gali prieštarauti dėl baimės nusivilti, informacijos trūkumo, antipatijos pardavėjui arba tiesiog blogos nuotaikos. O gal jiems persidavė Jūsų nepasitikėjimas..?

Pardavėjų tikėjimui tuo, ką jie daro, stipriai kiša koją silpna Lietuvos verslo etiketo kultūra. Verslo etiketo stoka ypatingai jaučiama vidutinėse bei mažose įmonėse. Nėra paslaptis, kad Lietuvoje vidutinis statistinis vadovas leis sau užtrenkti duris prieš nosį pas jį atėjusiam pardavėjui. Nenorėdamas pirkti, klientas nepagalės grubių prieštaravimų ir ne būtina adekvačios kritikos siūlomai produkcijai. Nemaža dalis, ypač mažesnių įmonių vadovų, turi konservatyvų nusistatymą prieš bet koki pasiūlymą.

Lietuvos verslo etiketas - didelis išbandymas pradėjantiems dirbti vadybininkams. Susidurdami su šia neigiamumo siena pradėjantys pardavėjai neretai nusivilia savimi bei siūlomu produktu. Atsilaikyti prieš visą eilę „ne“ bei kritikos, kurią išgirsta naujokas, gali tik stipri asmenybė, vienareikšmiškai pasitikinti siūlomu produktu. Geras pasiruošimas – produkto bei konkurencinės rinkos išmanymas, tai pirmas ir kertinis laiptas sėkmingo pardavimo link.

**DELFI**

Griežtai draudžiama DELFI paskelbtą informaciją panaudoti kitose interneto svetainėse, tradicinėse žiniasklaidos priemonėse ar kitur arba platinti mūsų medžiagą kuriuo nors pavidalu be sutikimo, o jei sutikimas gautas, būtina nurodyti DELFI kaip šaltinį.



---

UAB "New World Baltic"  
Savanorių pr. 287-241, Kaunas, LT- 50127  
Tel. 8-37 311539  
Mob. 8 670 31600  
Mob. 8 682 60959  
El. paštas: info@jumsinfo.lt  
Įmonės kodas: 110865377  
PVM kodas: LT108653716  
A/s Nr. LT06 7044 0600 0352 7783