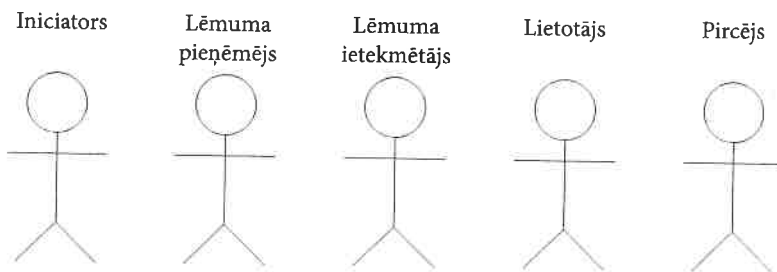


CILVĒKU LOMAS ORGANIZĀCIJĀ

1



Tagad izskatīsim visas lomas. Atgādināšu, ka tām nav nekā kopīga ar ieņemamajiem amatiem. Cilvēka vizītkartē var būt rakstīts jebkas, jācenšas noteikt, kāda ir viņa loma uzņēmumā.

Iniciators

Tas ir organizācijas pārstāvis, kurš kolektīvā “taisa viļņus” par dažādām vajadzībām: vecos datorus nomainīt pret mūsdienīgiem; apmācīt personālu; izvēlēties citu aprīkojuma piegādātāju; ietaupīt uz izejmateriāliem utt.

Viņi potenciālā pasūtītāja uzņēmumā ir sava veida pārdevēja “aģenti”, kas atvieglo viņa darbu. Tādiem cilvēkiem, iespējams, nav varas pieņemt lēmumu par pirkumu, bet viņš ir dedzīgs piedāvāto pārmaiņu piekritējs uzņēmumā.

Strādājot konsultāciju biznesā _____

*Neviens cilvēks, lai kāda būtu viņa loma, jums nepalīdzēs,
ja viņš tajā nesaredzēs arī kādu labumu sev.*

Katrs cilvēks uzņēmumā sasniedz noteiktus mērķus, un, ja parādīsim, kā mūsu produkta pielietošana palīdzēs viņa mērķu sasniegšanā (labi nodaļas darba rādītāji, līdzekļu ekonomija, darba procesu paātrināšana, drošības līmeņa paaugstināšana utt.), viņš kļūs par mūsu sabiedroto.

Lēmuma pieņēmējs

Uzņēmuma pārstāvis, kam ir vara pieņemt gala lēmumu un tiesības sniegt gala atbildi.

Iespējams, viņš apspriežas ne ar vienu vien cilvēku, taču gala lēmumu pieņem pats.

Konsultāciju biznesā _____ tie parasti ir prezidenti, direktori, komercdirektori un ģenerālmenedžeri.

Lēmuma ietekmētājs

Cilvēks, ar kuru apspriežas vai kura viedokli ņem vērā gala lēmumu pieņēmējs. Šo cilvēku nedrīkst nenovērtēt, jo lēmuma pieņēmējs ne vienmēr iedziļinās visos piedāvājuma sikumos, un diezgan bieži tieši šis darbs gulstas uz lēmuma ietekmētāja pleciem.

Satīkties ar potenciālā piegādātāja pārstāvi, izskatīt iespējamus piedāvājumus, veikt cenu aptauju, pārbaudīt esošo klientu atsauksmes — par to visu visbiežāk ir atbildīgs šis cilvēks.

Konsultāciju biznesā _____ tie parasti ir _____

direktora vietnieki, tirdzniecības nodaļu vadītāji vai personāla vadītāji.

2

Pircējs

Šajā gadījumā tas ir cilvēks — naudas devējs, kurš izsniedz naudas līdzekļus jūsu produkta iegādei. Ir pilnīgi normāli, ka uzņēmumā naudas plūsmas, līdzekļu tēriņus un apgrozījumu kontrolē atsevišķs cilvēks. Pilnīgi reāla situācija, kad cilvēks, kurš pieņem lēmumu, konsultējas vai pat pakļaujas pircējam, pieņemot lēmumu par pirkšanu.

Vairākkārtīgi ir gadījies, ka mana klienta finansists nav ļāvis lēmuma pieņēmējam iegādāties mūsu pakalpojumus, jo tad viņi apdraudētu lizinga maksājumus, samaksu piegādātājiem par pasūtītajām precēm, bet dažreiz arī algu izmaksas darbiniekiem.

Uzņēmumos tie parasti ir finanšu direktori, finanšu viceprezidenti vai šā uzņēmuma dibinātāji (īpašnieki).

Lietotājs

Tas ir cilvēks vai cilvēku grupa, kuri šajā uzņēmumā lieto jūsu piedāvāto produktu.

Šie cilvēki ir spējīgi pietiekoši stipri ietekmēt lēmuma pieņēmēju un viņa ietekmētāju, jo kā jūsu produkta lietotāji viņi ir vistiešākie ieguvēji.

Cilvēks — lēmuma pieņēmējs bieži vien nevar tik labi novērtēt ieguvumu no piedāvātā produkta, cik labi to var izdarīt lietotājs, jo tieši lietotājs ikdienā šo produktu izmantos.

Uzņēmuma prezidentam un direktoram nav svarīgi, ar kādu datoru strādās viņa informācijas tehnoloģiju (IT) speciālists, taču speciālistam tas ir svarīgi.

Konsultāciju biznesā — tie parasti ir pārdošanas nodaļu darbinieki (pārdevēji), apkalpojošais personāls un viņu tiešie vadītāji.

Jo lielāks uzņēmums, jo lielāka ticamība, ka minētās lomas izpilda dažādi cilvēki. Jo mazāks uzņēmums, jo lielāka ticamība, ka vienam no cilvēkiem vienlaikus ir vairākas lomas.

Nedomājiet, ka katru lomu jāspēlē citam cilvēkam, mazos uzņēmumos viens cilvēks var būt vairākās lomās vienlaikus. Uzņēmējs, kurš savu biznesu uzsāk vienatnē, visticamāk, uzņemsies visas lomas.

Lielu uzņēmumu specifika ir tāda, ka vienā lomā var būt vairāki cilvēki — komiteja vai komisija — un lēmumu pieņemšana var ievilkties vairāku mēnešu garumā, ja ne pat gadu.

Lai kāds arī būtu jūsu potenciālā klienta organizācijas lielums, centieties noteikt, kāda loma ir cilvēkam, ar kuru jūs veicat pārrunas. Ieklausieties tajā, ko viņš saka, un pavērojiet, kā uzvedas, bieži vien tieši izturēšanās nodod viņa lomu. Uzmanīgam pārdevējam ļoti daudz ko var pateikt priekšā klienta pārstāvja izteicieni.

1. "Es uzskatu/esmu pārliecināts/es izlemšu..." — nozīmē vienu lomu.

2. "Vadība sagaida/vēlas/pieprasa..." — nozīmē otru lomu.

3. "Mēs vēlamies/uzskatām/lemsim..." — nozīmē trešo lomu.