

DNB

**Pārliecība –
rezultātu atslēga**

DNB banka

Nozare: finanses

Galvenie produkti:

- norēķini,
- uzkrājumi,
- kreditēšana.



Darbības pieredze: Latvijā kopš 1991. gada

Akcionārs 100% - Norvēģijas lielākā finanšu grupa
DNB

Pēc krīzes tirgus

- Tirgus ir samazinājies
- Tirgus ir pasīvs
- Banku vadība aizņemta ar kredītu problēmām
- Uzņēmēji bankas “negaida un labāk redz ejam”
- Darbinieki nobijušies un nogaidoši
- Klientiem “neko nevajagot” un ar uzrunāšanu “sabojāsim attieksmi”

➡ **Lai uzvarētu - nepieciešama drastiska skatījuma maiņa**



Reāli piemēri no klientiem “pēc”

- Vadītājs izsauc galveno grāmatvedi un jautā, kāpēc viņš par to līdz šim nav informēts.
- Es jūs jau gaidīju! Manā bankā teica, ka DNB atnāks.
- Jūs nāciet vēl – ar mani tā vēl nebija runājuši!
- Redzu, ka jums ir svarīgs jautājums. Kad vadītājs būs uz vietas, es jums pati piezvanīšu – saka sekretāre. Pēc divām dienām piezvanīja.



Izvēlētie risinājumi – Uzstājīgāka pārdošana (Assertive sales)

- Sagatavošanās:
 - ✓ Radikāli savādākas sarunas izveide
 - ✓ Klienta reālas (bieži neapzinātas) vajadzības uzrunāšana
 - ✓ “Svešu un auksto” klientu saraksts
- Padziļināts darbinieku treniņš
 - ✓ Jaunas pārdošanas pieejas izpratne
 - ✓ Pārdevēja domāšanas maiņa
 - ✓ Izaicinošs sarunas treniņš 3 lomās



Monitorings un atbalsts



- Monitorings:
 - ✓ Caurspīdīga iknedēļas rezultātu uzskaite
 - ✓ Kvalitāte fokusā - individuāls video materiāls
 - ✓ Ļoti cieša vadība (arī veicot kopējās vizītes ar tiešo vadītāju)

- Sākotnējais atbalsts
 - ✓ Ik nedēļas sazvanīšanās ar reģionu vadītājiem
 - ✓ Pozitīvo stāstu komunicēšana pārdevējiem
 - ✓ Atgādinošo pārdošanas konferenču rīkošana
 - ✓ Ekspertu padomi un atbalsts

Izaicinājumi

- Darbinieku skepse – slēptās bailes
- Slēpšanās aiz slodzes
- Dabiskās plūsmas uzdošana par rezultātu
- Resursu ietilpīgs (prasošs) darbinieku treniņš
- Vienota izpratne un pieeja
- Apgūstamo detaļu daudzums
- Tas nav pārdošanas prasmju, bet vadības projekts!!!



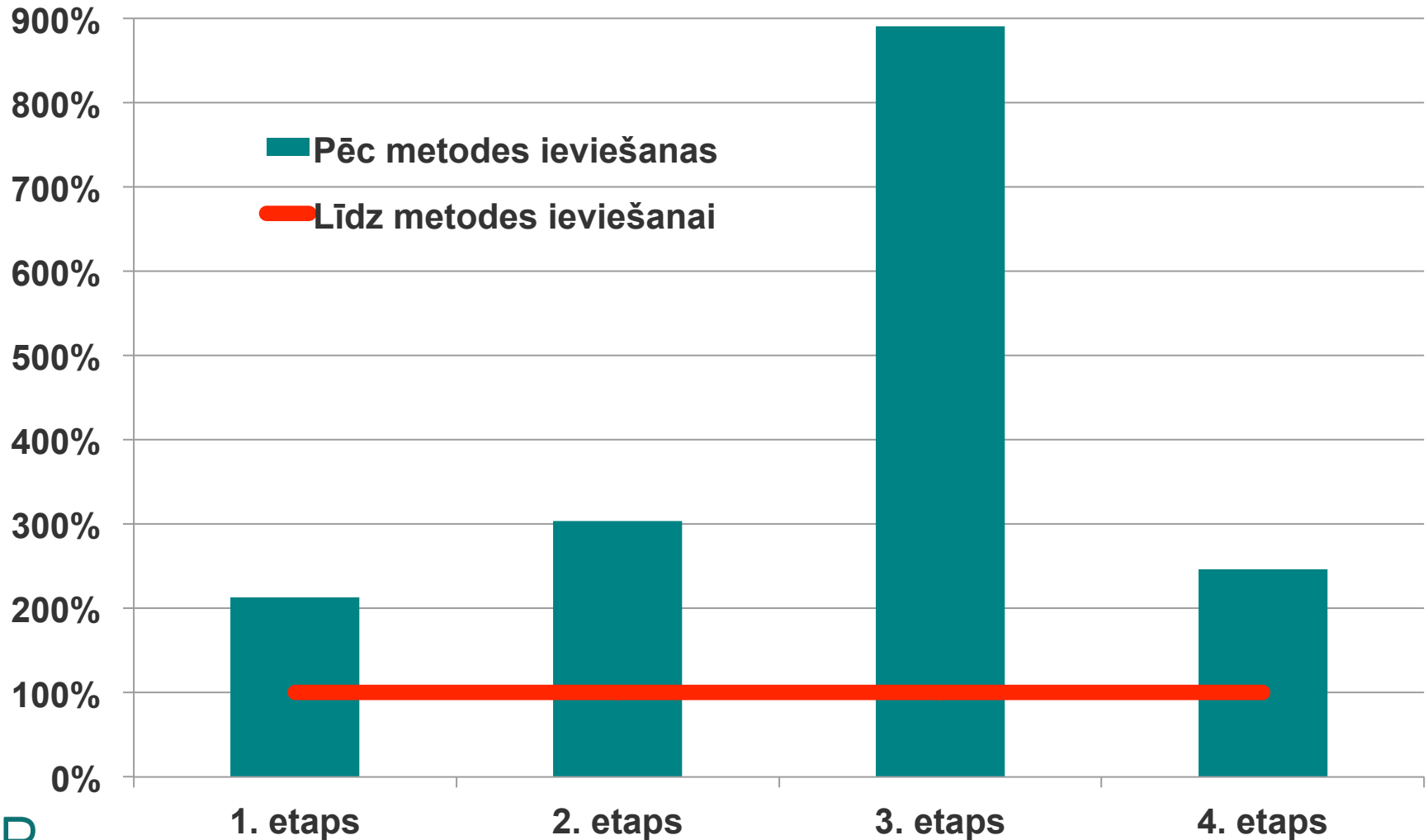
Sasniegtie rezultāti

Kompetencē:

- Spēja spilgti un pamatoti parādīt klientam viņa aktuālo vajadzību
- Pārdevēja pārliecība, ka risinājums svarīgāks par cenu
- Koncentrēties uz pamatjautājumu, neļaujot detaļām novērst uzmanību
- Jaunas prasmes saņemt nepieciešamos akceptus sarunas laikā dažādās situācijās

▪ ...

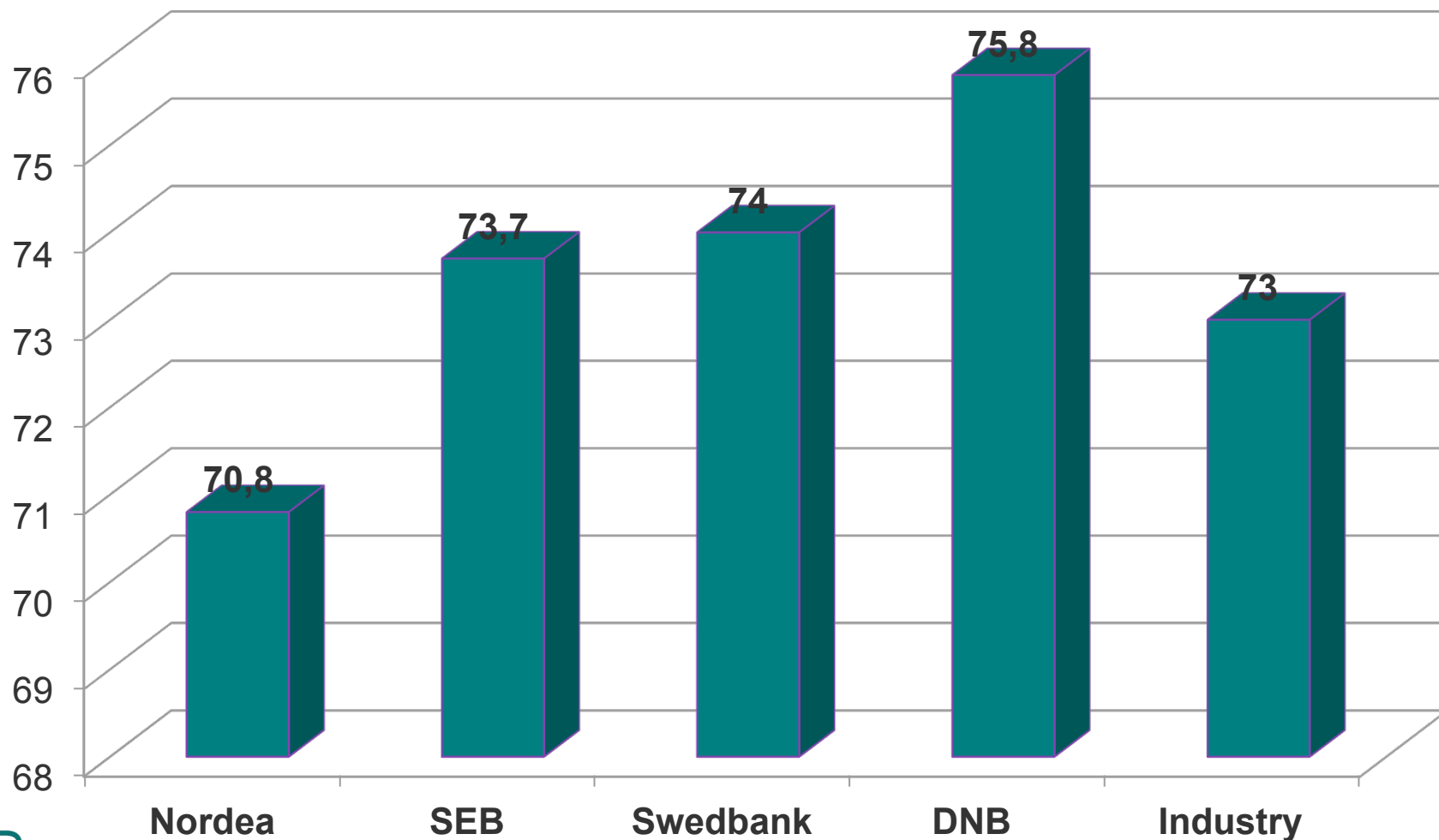
Mērķa klientu pieaugums procentos



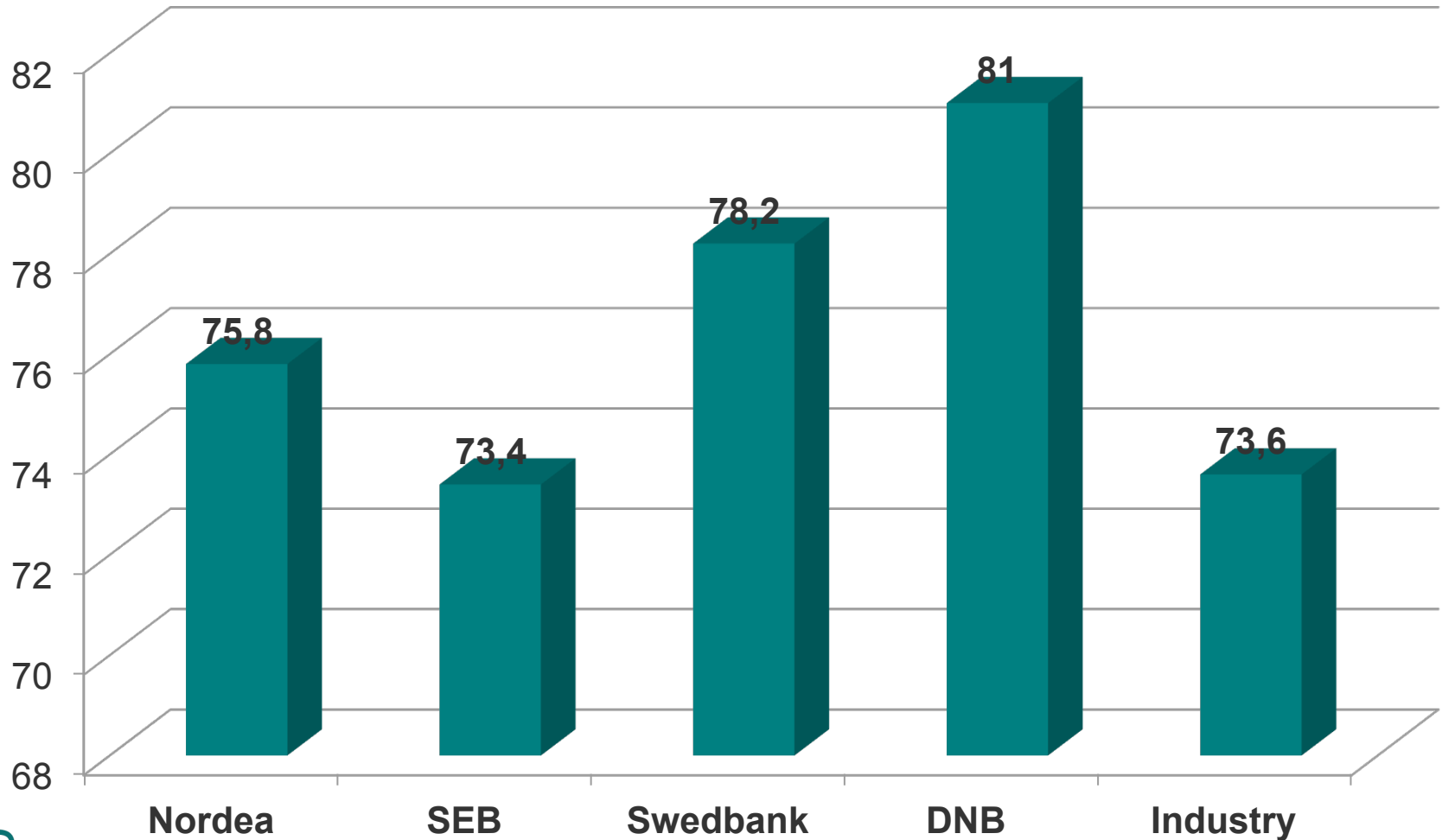
Rezultāti MVU biznesā kopā

- Klientu skaits, kas DNB uztver kā “pamatbanku” pieaudzis par 44%
- 56% ienākumu pieaugums 2011. gadā pret 2010. gadu

Klientu apmierinātības rādītājs 2012



Klientu lojalitātes rādītājs 2012



Ieteikumi citiem



- Esiet gatavi veikt stingru “atbalstu”
- No paša sākuma iesaistiet arī citas struktūrvienības
- No paša sākuma iesaistiet iespējamus iekšējos trenerus
- Izvēlieties labu sadarbības partneri

DNB

Saskatīsim izdevības!

Novembris, 2012.