



Ātrākais ceļš uz rezultātu uzlabošanu: sadarbības
paplašināšana ar maz pārkošajiem klientiem

Ansis Kuplis, valdes priekšsēdētājs

Kas mēs esam!

- ▶ Viens no vecākajiem uzņēmumiem Latvijā – 25 gadi tirgū
- ▶ Dimela grupas uzņēmums
 - AS Dimela Veta Latvija
 - UAB Dimela Lietuva
 - AS Dimedium (Igaunija)
- ▶ Iepriekšējā pieredze
 - SIA DeLaval izpilddirektors
 - SIA Lattelecom Administratīvā dienesta direktors
- ▶ Šobrīd
 - AS Dimela Veta Latvija valdes priekšsēdētājs
 - UAB Dimela Lietuva direktors
 - SIA Running.lv (Ergolietas.lv) valdes priekšsēdētājs

AS Dimela Veta Latvija

Ansis Kuplis

Kas mēs esam

AS Dimela Veta Latvija – veterinārmedicīnas
zāļu un preču vairumtirgotājs



SPECIFIC[®]



VITALAC

ECOLAB[®]



safeSIL[®]



Schils
YOUNG ANIMAL NUTRITION



Feed Safety for Food Safety[®]

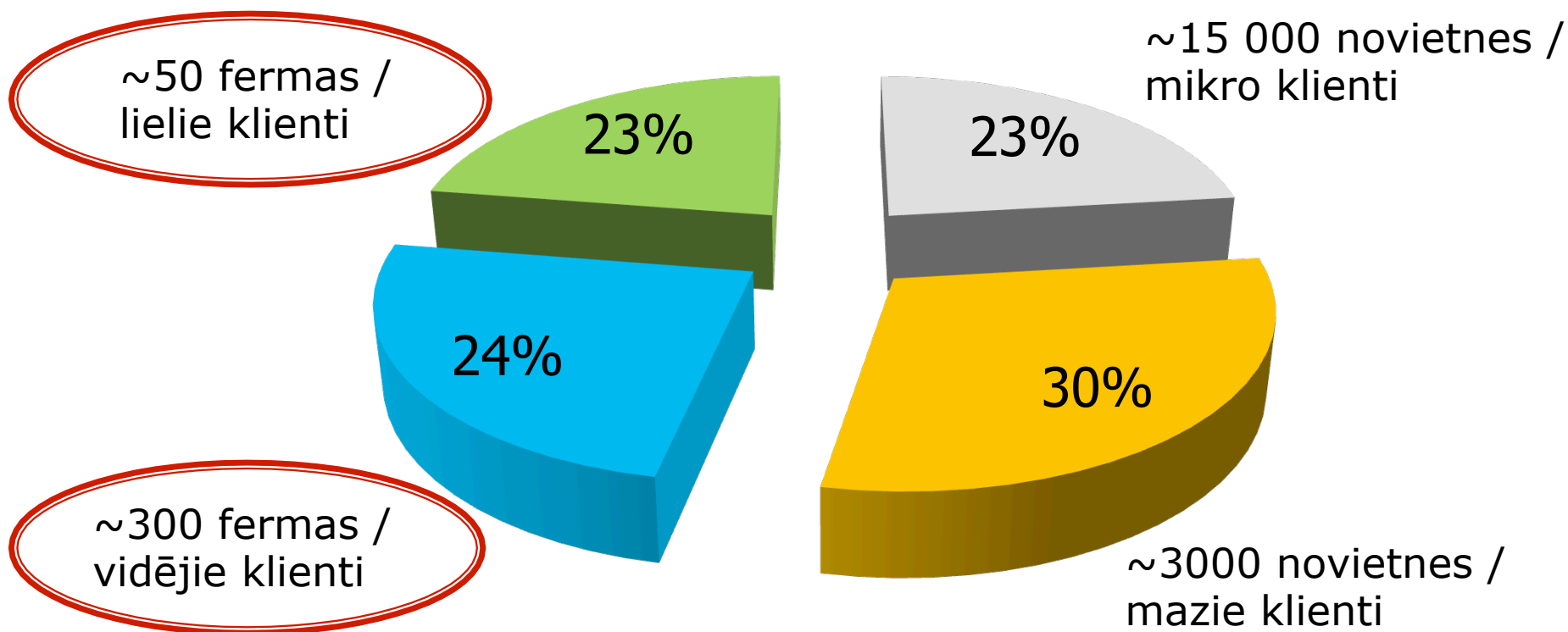
Situācija 2016.gada sākumā

- ▶ Maz lielu klientu, kuri iegādājas nozīmīgus apjomus, liela daļa klientu iegādājas «sīkumus»
- ▶ Puse darbinieku (4 no 9) ir jauni pārdevēji, bez zināšanām nozarē, bet ar pieredzi pārdošanā
- ▶ Netiek veidota ilgtermiņa sadarbība ar lielajiem piena ražotājiem
- ▶ Pārdevēju nepareizi izvēlētas kontaktpersonas, pavirša iedziļināšanās klientu vajadzībās un nepārlicinoši izteikti piedāvājumi
- ▶ Dimela Veta ambīcija ir 2017-18 gados būtiski palielināt pārdošanas apjomus, paplašinot sadarbību ar esošajiem klientiem

Kāda ir piena ražošana Latvijā?

Ganāmpulku struktūra Latvijā, dzīvnieku skaits

■ 1 to 9 ■ 10 to 49 ■ 50 to 199 ■ 300 and more



Kā ražo pienu?



Kā ražo pienu?



Kā uzvarēt konkurences cīņā?

► Cenu politika?

- Dārgi un darbojas īstermiņā
- Grūts ceļš atpakaļ

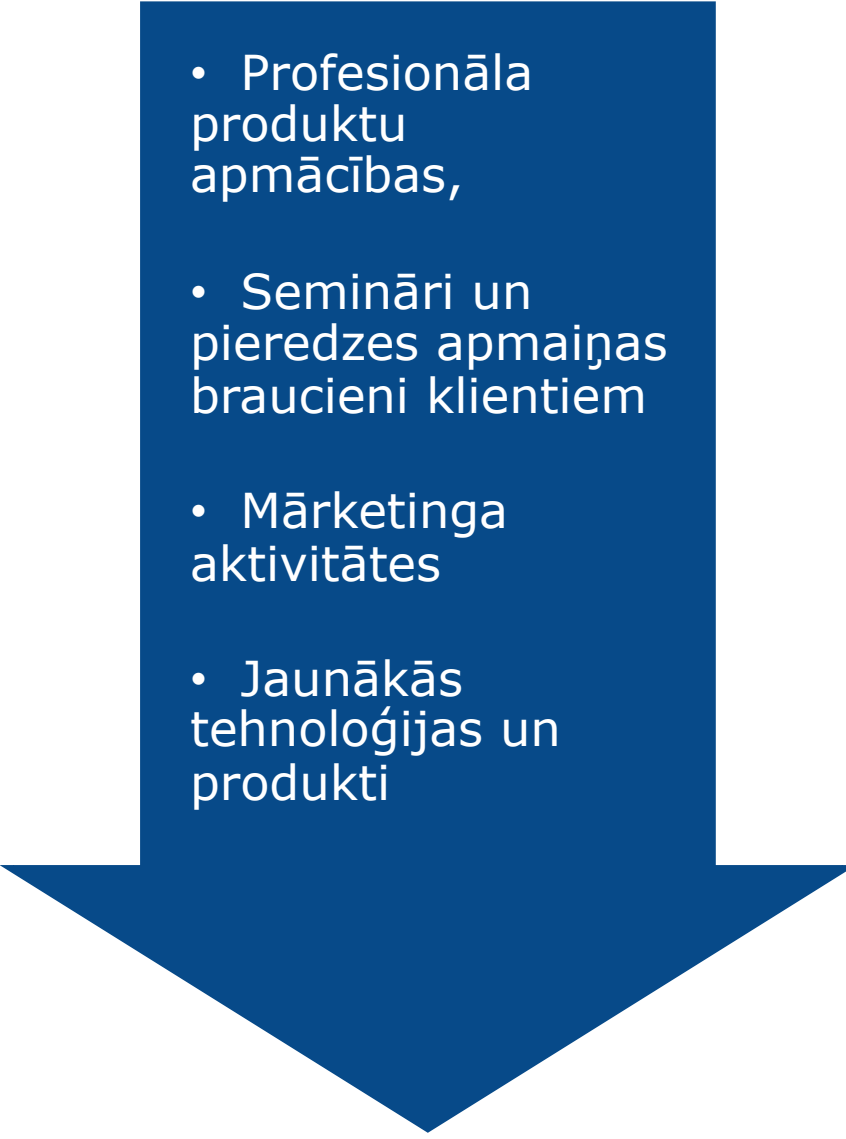
► Unikāli produkti un risinājumi?

- Produktu un risinājumu piesātināts tirgus
- Ražošana pēc klienta vajadzības
- Pasaules tirgus ir atvērts

► Profesionāli pārdevēji?

- Labākais ieguldījums nākotnē
- Labs pārdevējs atradīs “pareizo” cenu un “tieši klientam vajadzīgo” produktu

Kā nokļūt pie “lielajiem”?

- 
- Profesionāla produktu apmācības,
 - Semināri un pieredzes apmaiņas braucieni klientiem
 - Mārketinga aktivitātes
 - Jaunākās tehnoloģijas un produkti

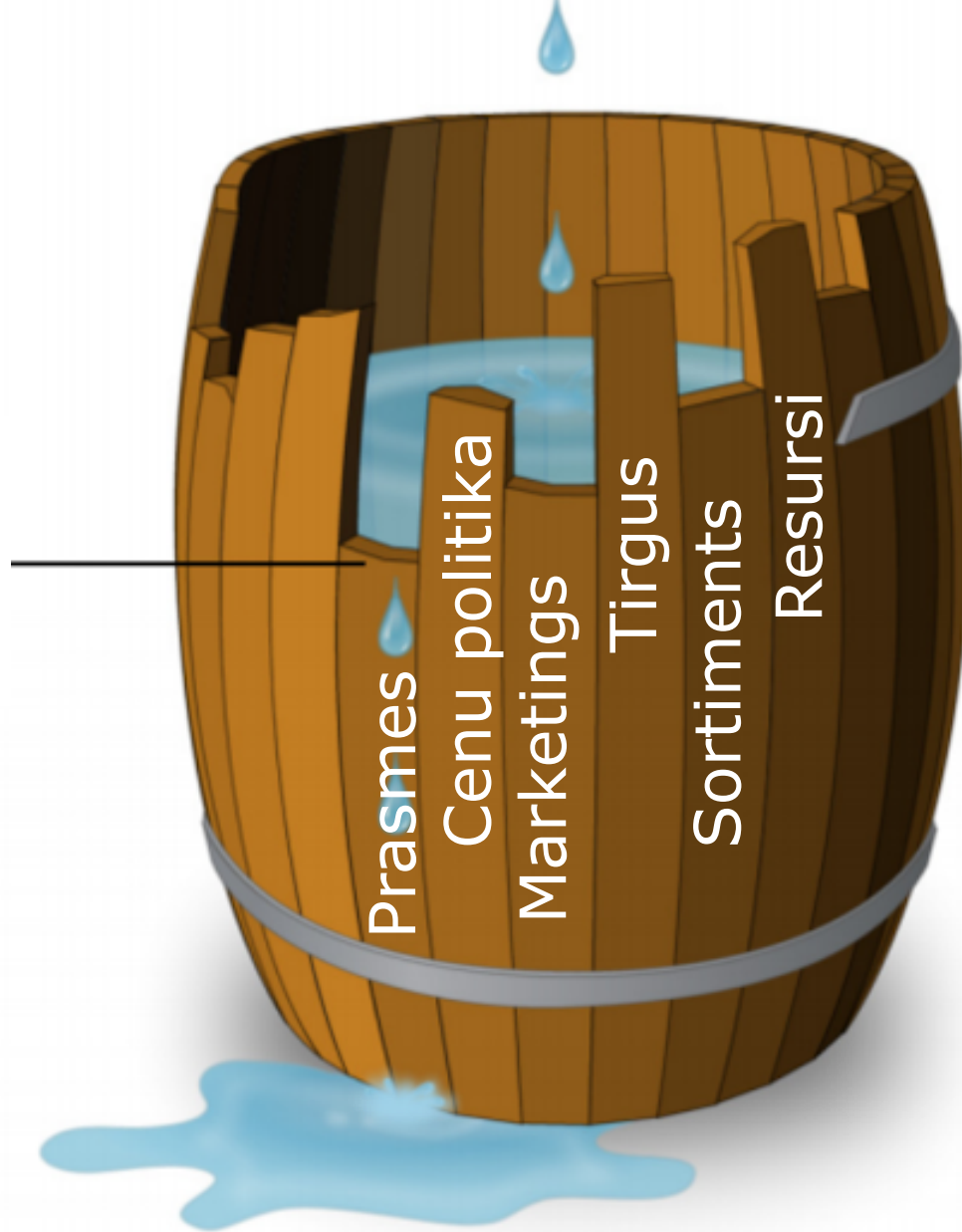
- ▶ Pārdevēju sagatavotības novērtēšana
- ▶ Ideālās sarunas ar maz pārkošu klientu modelēšana, izmantojot jaunāko produkcijas katalogu
- ▶ Pārdevēju izpratnes uzlabošana par ietekmējošas pārdošanas sarunas veikšanu
- ▶ Sarunas ar klientu piemēru sagatavošana
- ▶ Praktisku sadarbības paplašināšanas pārrunu situāciju izspēle
- ▶ Ieviešanas aktivitātes pēc apmācības
- ▶ Pārdošanas rezultātu analīze

Vadītājs vadītājam

- ▶ Skaidri mērķi – konkrēti klienti, produkti, kontaktpersonas un tml.
- ▶ Pārbaudīti instrumenti – katalogi, produktu informācija, sarunu piemēri, treniņš
- ▶ Atgriezeniskā saite

**Jo cilvēki dara to, ko mēs
“pārbaudam” (to, kam sekojam līdzī)
un to, par ko viņiem maksā**

**Rezultāts būs tik
labs cik vājākais
posms!**



Paldies