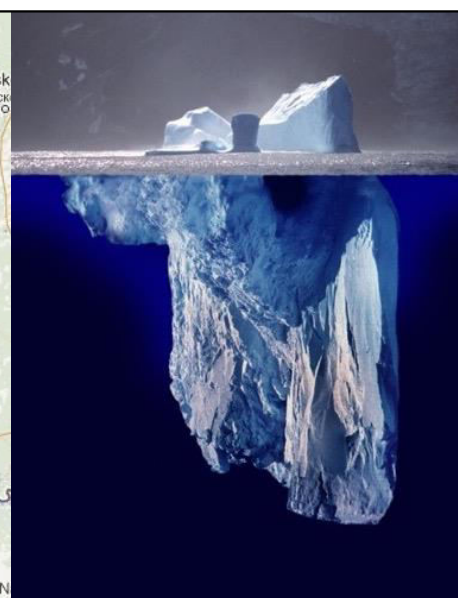


Praktiski padomi pārlicecinošai ĪSRUNAI



Neapnīk, jo daru to, kas aizrauj
16 gadus 1994. pasākums

MISIJA



Latvijas
Investīciju un
attīstības aģentūra



IDEJU
KAUSS



atspēriens



RESEARCH **SIAM**

Vienkārši
par sarežģīto!

Pasaules latviešu zinātnieku kongress
19. jūnijā 19:30
Latvijas Nacionālā bibliotēka, Ziedoņa zāle



Eiropas Digitālās
inovācijas centrs
ATTĪSTA LATVIJAS IT KLASTERIS



alojas

tet

Elektroniskie
sakari



wunder

elko®
Grow to succeed. ELKO Group.



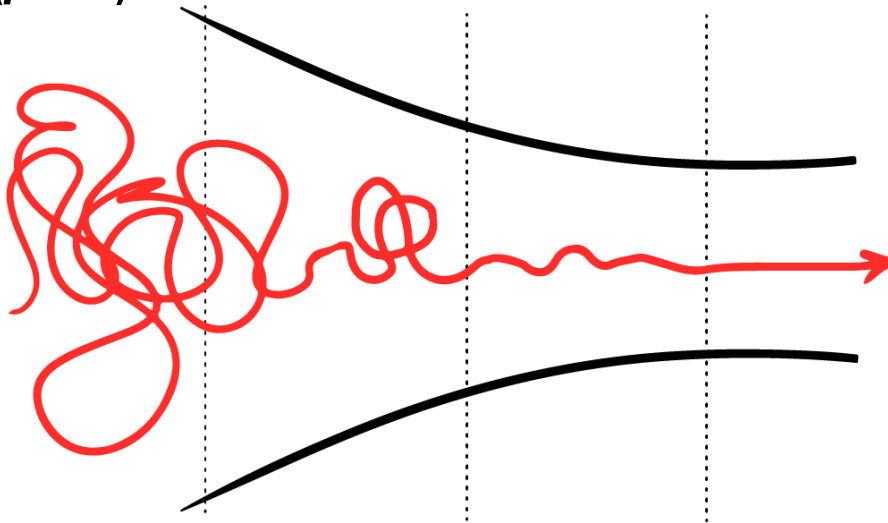
NARVESEN



Latvijā ražoti koka gludināmie dēļi
Zīmols “Gludināmais koks”

Īsruna (*pitch*)

WTF...



Kas tas ir # Kā to veidot?
Ko **VĒL** vajag «sasaiņot»? # Praktisks treniņš

Izvēlieties 6 Jūs visvairāk interesējošās tēmas un salieciet prioritārā secībā!

1. Ko noteikti NEVAJAG darīt, ja prezentēju ideju?	3.50
2. Kā "aizāķēt" klausītāja uzmanību?	3.30
3. Biznesa modeļa izklāsts 3 teikumos	3.20
4. Kā nostiprināt savu piedāvājuma/ risinājuma vērtību sarunas noslēgumā?	2.20
5. Tipiskas kļūdas, prezentējot savas/ komandas idejas	2.00
6. No kādiem 3 elementiem sastāv slavenais "unikālais vērtības piedāvājums"?	1.90
7. Kā demonstrēt savus "darba sviedrus"?	1.70
8. Vai ir kādi efektīvi balss vingrināšanas treniņi?	1.20
9. Ar racionālo daļu man viss skaidrs, bet kā klausītāju aizsniegt emocionāli?	1.10
10. Viss minētais ir aktuāls!	0.60
11. Tehniski prezentāciju noformēšanas aspekti	0.30



“Lifta runa”

Pitch (angļu val.)

le-interesēt → «pārdot»:

1 teikumā

60 sekundēs

5-7 minūtēs

Pecha Kucha

Kawasaki 10-20-30



Creativity * Conversation

Guy Takeo Kawasaki

hmmm, ko varētu nosaukt
MANĀ vārdā?



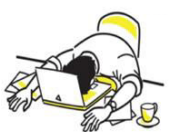
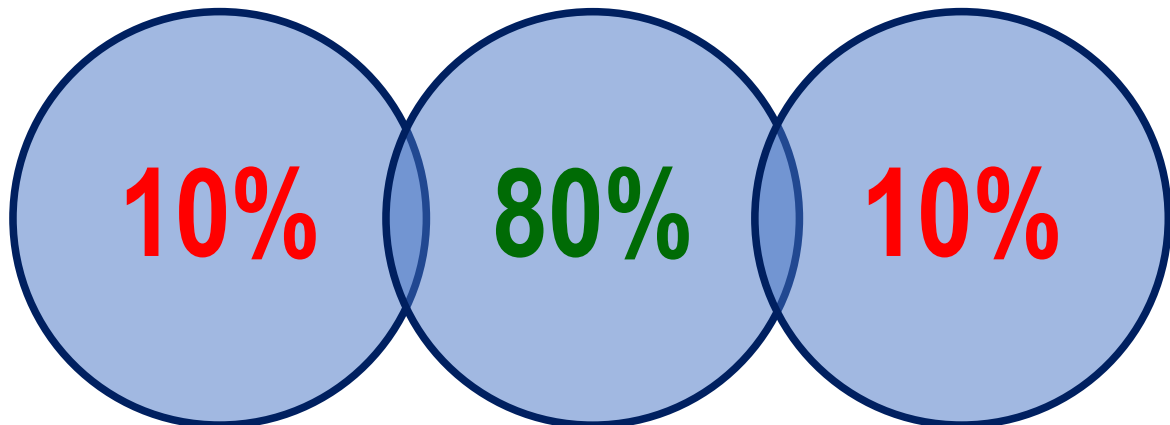
5 min

30s

4

30s

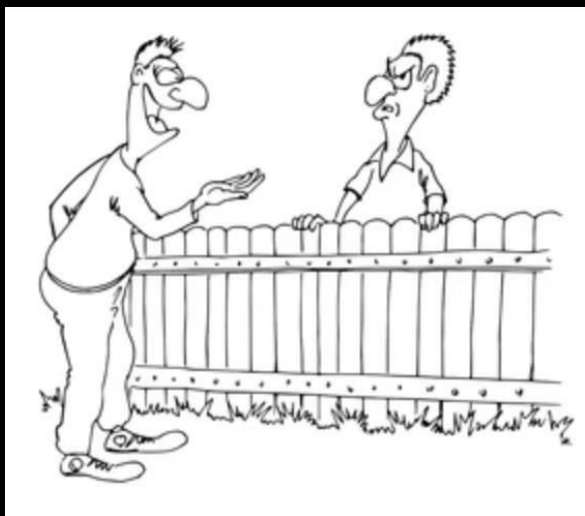
1



**Skaists
sākums**



**Skaists
noslēgums**



Ko paņemt no manas
visu laiku labākās
(pārliecināšanas)
runas **draugam?**

”ZELTA” LIKUMS:
ZINI, kas ir Tavs klausītājs

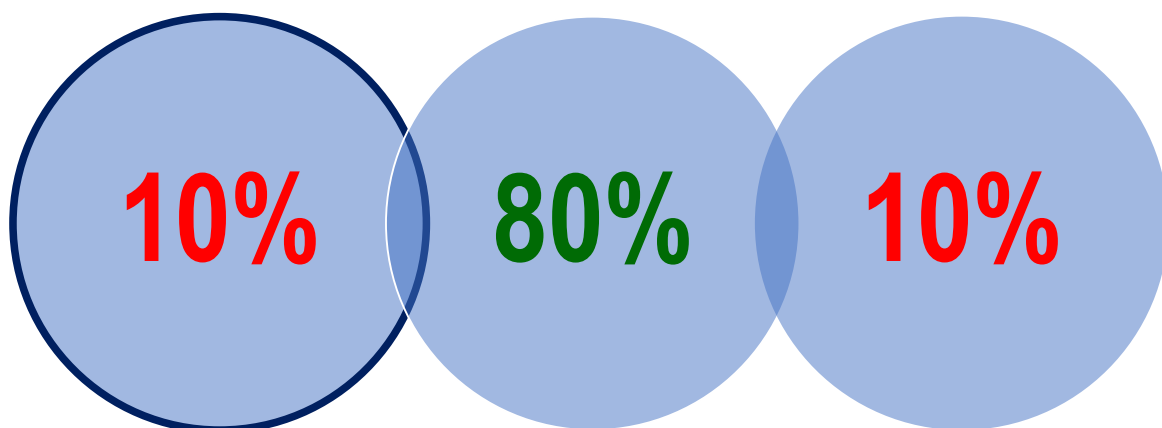


Mana mērķauditorija:

2

- # Kas ir PRIMĀRI svarīgi?
Kas – sekundāri?
- # Mērķi un vērtības (uz ko tiecas)?
- # No kā baidās? Par ko ir bažas?
- # Kādos viedokļu līderos
ieklausās? Ko tie saka par tēmu?

Start Stop Reset mins: 1 secs: 0
type: None
Breaktime for PowerPoint by Flow Simulation Ltd.
Show Settings



Skaists
sākums

UZMANĪBAS PIESAISTEI:

nosaukums # sasveicināšanās # “āķis” # konteksts

"ĀĶA" formāti

("iegremdē" klausītāju vai "viegli izsit korķus")

#1 Jautājums

#2 Uzdevums: pamēģiniet [..]/ paceliet roku, kas [..]

#3 Apgalvojums: pētījumi liecina, ka [..]

"ĀĶIS" kā jautājums

Vai zinājāt, ka **mēs** katru gadu **zaudējam/ neiegūstam** [..]

Vai zināt, ar ko var būt **īpašs mūsu uzņēmums**, ja [..]

Vai mēdzat aizdomāties, kur **mūsu uzņēmumā pazūd** [..]

Pēc Jūsu domām – cik ilgi/ kur/ kad [..]

Kad Jūs pēdējo reizi [..]

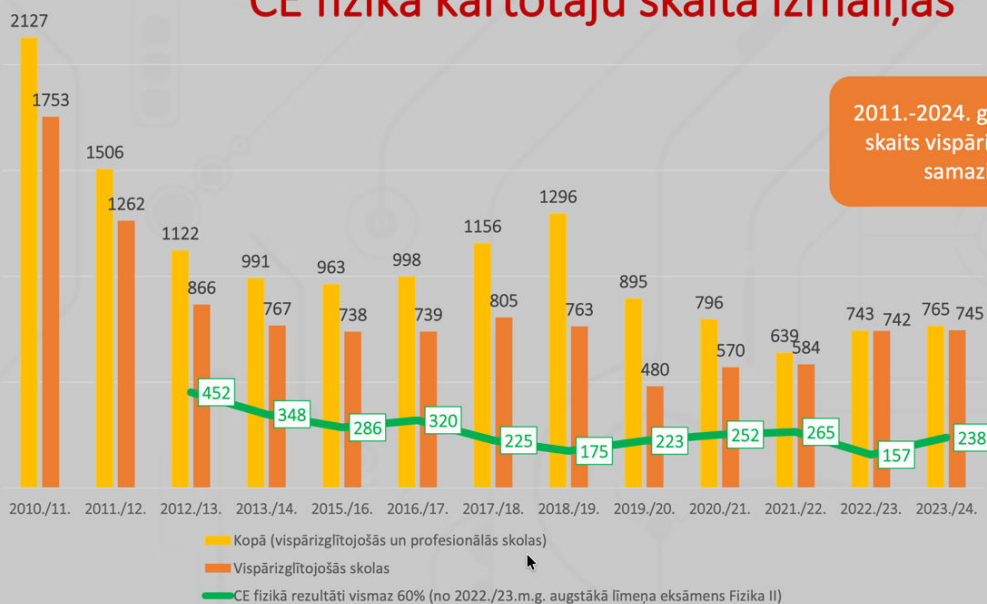
2000

~3500

238

CE fizikā kārtotāju skaita izmaiņas

LETERA.





Tas, ko
NEREDZU,
tas NEEKSISTĒ



SEKAS
no kā ciešam



Kas ir
PROBLĒMA



Kādi
CĒLOŅI
ir PROBLĒMAS pamatā

KONTEKSTS

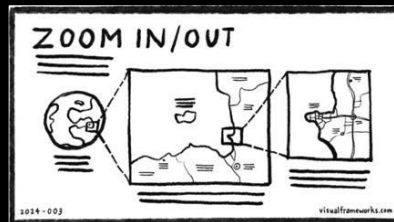
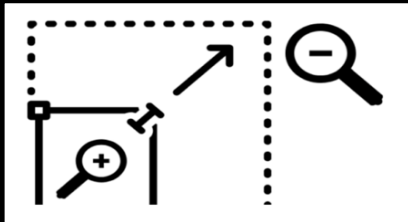
Tendences (+/-)

Globālie
izaicinājumi

Politiskais
konteksts

Sekas ilgtermiņā

Fakti un skaitļi



Pulsa oksimētrs
CO₂ mērītājs
OLED TV
Lāzermetināšanas iekārta
Marsa izpētes robots

400 milj. €
75%

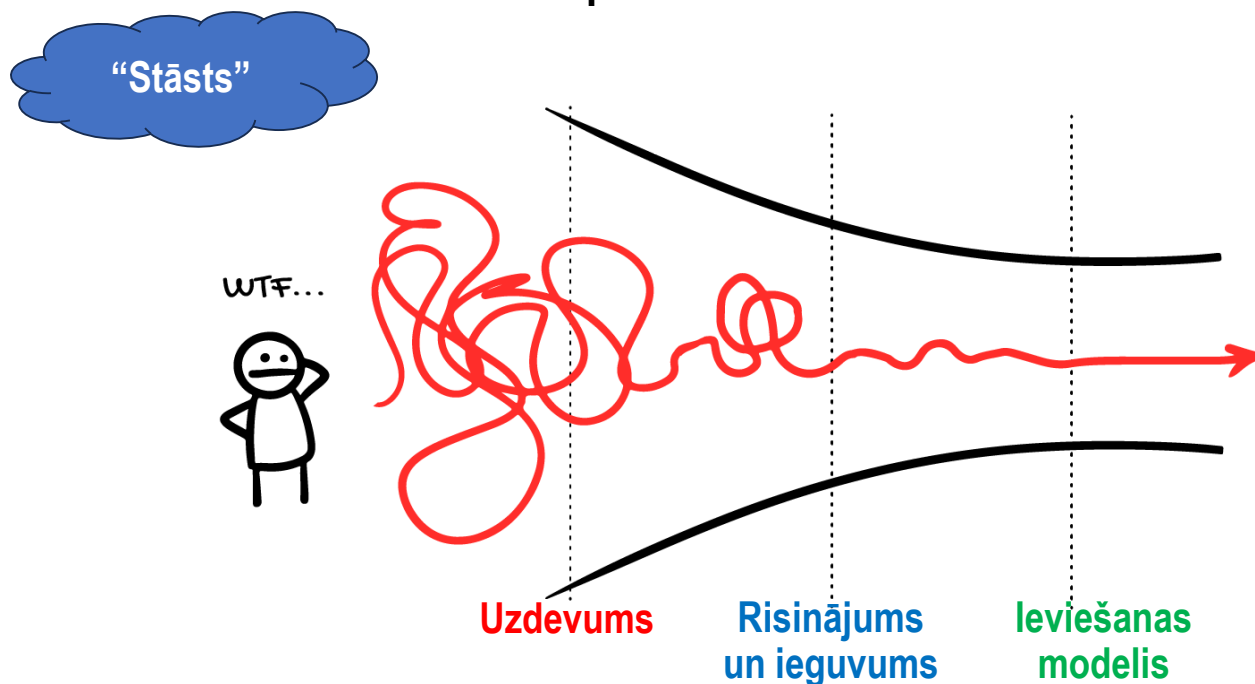


50%

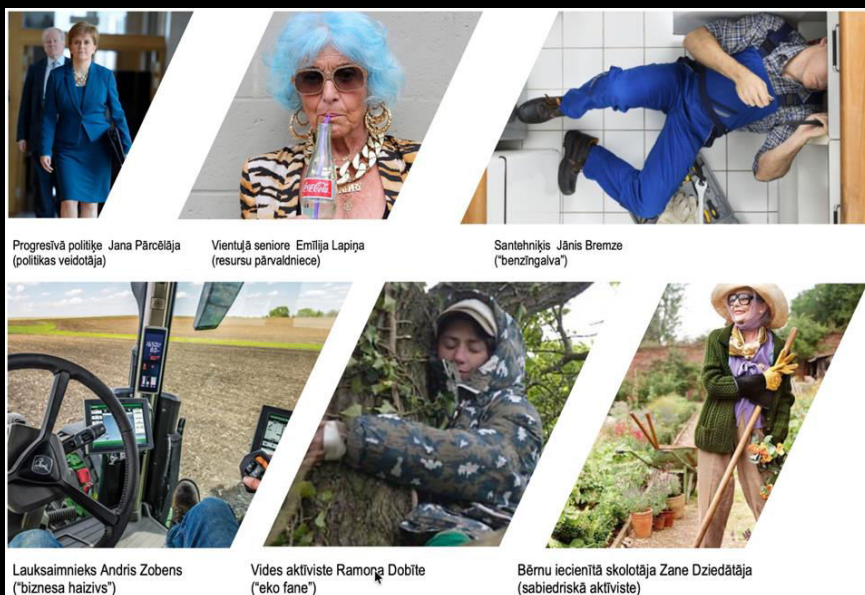
FOTONIKA 21.gadsimtā **vs** elektrība 20.gs vai tvaika dzinēji 19.gs



Labā pārdošanas runa ietver arī «stāstu»



STĀSTS (iekšējie procesi)



Stāsta varonis

Profils

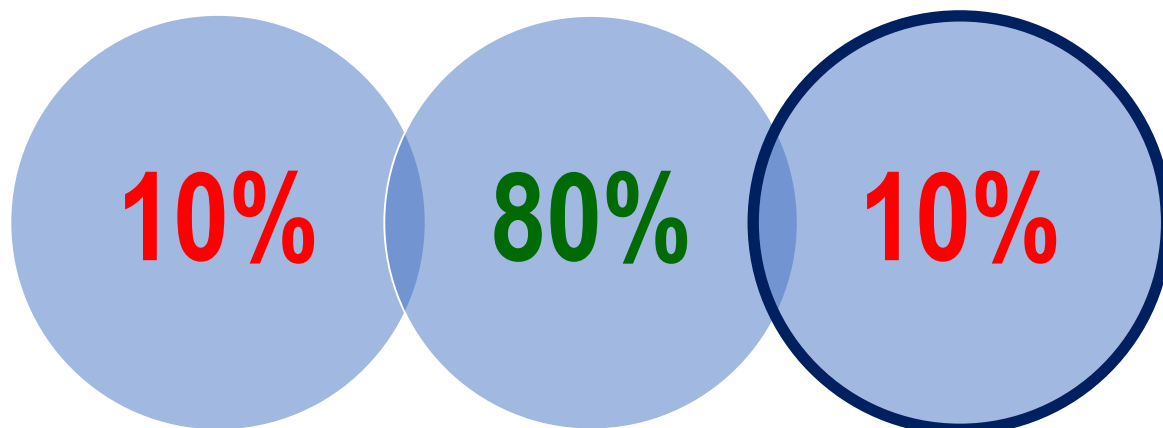
Situācija

"Lielā bilde"

Vīzija

Cēlonis - sekas

KĀPĒC ko mainīt?



Pēdējā iespēja pārliecināt:
«pēdējā slaida jauda» # galvenais vēstījums
aicinājums uz rīcību

**Skaists
noslēgums**

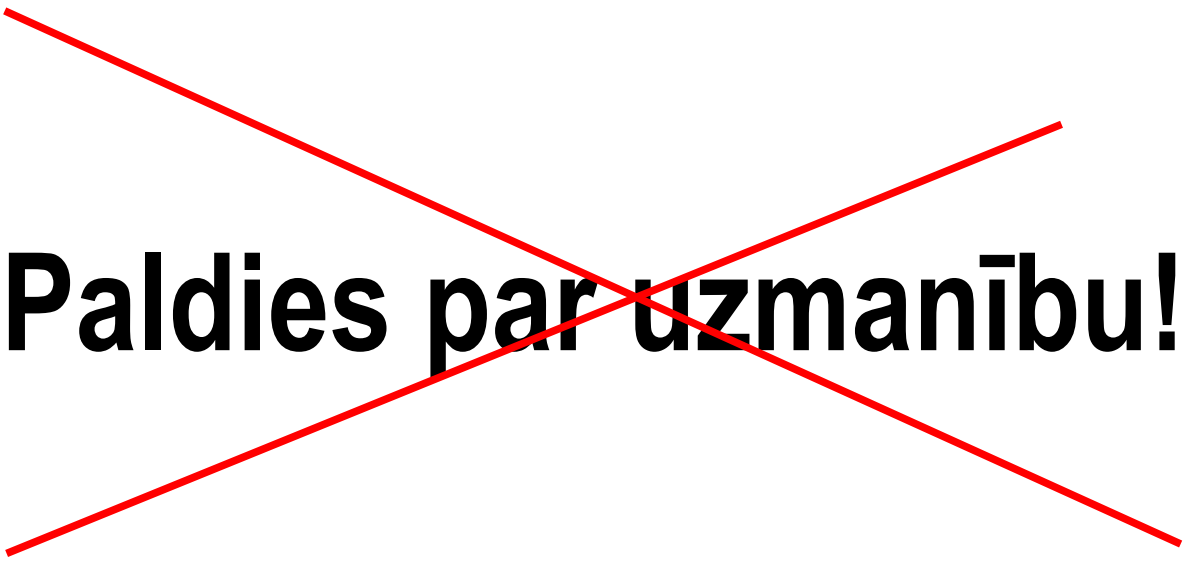
AICINĀJUMS UZ RĪCĪBU
Call for action

PĒDĒJĀ SLAIDA JAUDA

Circle Sense – datu ievades ātruma pionieris pasaulē



Komanda:
Jānis un Iveta



Paldies par uzmanību!

KĀDĒĻ JŪSU IDEJAS akceptēšana

**IR
LABĀKAIS LĒMUMS?**



Vai mums ir
pārliecinošs vēstījums?

- max **12** vārdi!
- max 1 komats!
- lieto īsus vārdus!



“Burvju vārdi”:

- Es zinu, ka...
- Esmu pārliecināts, ka...
- Es uzskatu, ka...
- Esmu drošs, ka...

Trīs jautājumi



- Kas ir mans klausītājs?
- Ko es vēlos panākt?
- Kāda ir klausītāja motivācija?

3.jautājums sniedz
“atslēgas vārdus” vēstījumam!



Piemērs

Viedās urnas tīrākai videi

Mērķauditorija: uzņēmuma valde

Ko vēlaties panākt: atbalsts
projektam

Motivācija:

pelnošs investīciju projekts

KPI # inovatīva sociālā atbildība

Esmu drošs, ka straujais B2B
pieprasījums pēc SmartBin stiprinās
Jūsu investīciju portfeli un «zaļā
pioniera» atpazīstamību!

Simon Sinek

.. mēs to darām?

KĀPĒC?

KĀ?

KO?

«Zelta aplī» (Saimons Sineks/ Simon Sinek)

Viņi nepārdod.
Viņi **iedvesmo** savu mērķauditoriju



Tas, ko mēs kopā darām, ir **DAUDZ SVARĪGĀK** par skaitļiem.

Mūsu **MĒRĶIS** ir darīt izcilu darbu un **pozitīvi mainīt** cilvēku dzīves.

Nekas nevar padarīt mūs laimīgākus kā redzēt tūkstošiem izstrādātāju visā pasaulē, kas izmanto mūsu programmatūru un **veido jaunas idejas, lai daļtos ar tām.**

37



Klausītāja lēmums ir ieguldījums viņa panākumos

Tas, ko mēs **PIEDĀVĀJAM DARĪT**, ir daudz svarīgāks par [..].

Mūsu **MĒRĶIS** ir **PALĪDZĒT** veikt izcilu darbu un pozitīvi mainīt [..]

Nekas nevar padarīt mūs laimīgākus, kā redzēt [..]



Demonstrējiet savas "veselīgās ambīcijas"!

Mēs būsim

PIRMIE, kas [...]

Vieni no pirmajiem, kas [..]

Starp tiem dažiem, kas [..]

Vieni no retajiem, kas [..]

Mums tik ļoti tas aizrauj,

ka esam gatavi palīdzēt [..] būt **PIRMAJEM**, kas [..]

10%

**Skaists
sākums**

80%

Mani "darba sviedri":

risinājums # vērtības piedāvājums

ieviešanas modelis # komanda

finanses # «mājas darbs»

10%

**Skaists
noslēgums**

Guy Takeo Kawasaki

hmmm, ko varētu nosaukt
MANĀ vārdā?



Kawasaki 10-20-30

1. **levads** – titulskaids
2. **Problēma/ vajadzība** - kas joprojām pastāv
3. **Risinājums** – konkrētais piedāvājums
4. **Tirgus un mārketing** – kādas iespējas biznesam paver ideja?
5. **Konkurenti** (alternatīvas) – kas viņi ir un cik **spēcīgi**
6. **Unikalitāte** – ar ko būsi **pārāki** pār alternatīvām?
7. **Ieviešanas (biznesa) modelis** – mums nekas nenotiek auto-maģiski!
8. **Komanda** – **kāpēc** to varēsiet (kompetences)
9. **Finanses** – finanšu ieguldījumi un atdeve/ cik **ilgi?**/ kas **tālāk?**
10. Šī brīža situācija/ **aicinājums uz rīcību/ noslēgums**



VĒRTĪBAS PIEDĀVĀJUMS



Kādu VAJADZĪBU risinām klausītājam?

Kas būs viņa IEGUVUMS?

PAR KO viņš mums **PRIMĀRI** maksās vai 😭😭😭 būs dikti pateicīgs?

43

VĒRTĪBAS PIEDĀVĀJUMS

Pieejamība

Dzīves kvalitāte

Empātija un atbalsts

Cienpilna attieksme

Iekļaušana

Saliedētība

Ātrums

Pielāgojamība

Identitātes stiprināšana

Risinājuma VEIKTSPĒJA («jauda»)

DROŠĪBA

Klienta STATUSS/ zīmols

Personalizācija

Funkcionalitāte (daudzpusīgs pielietojums)

Ilgtermiņīgums

Alternatīvas

Novitāte

Izmaksas



UNIKĀLAIS VĒRTĪBAS PIEDĀVĀJUMS



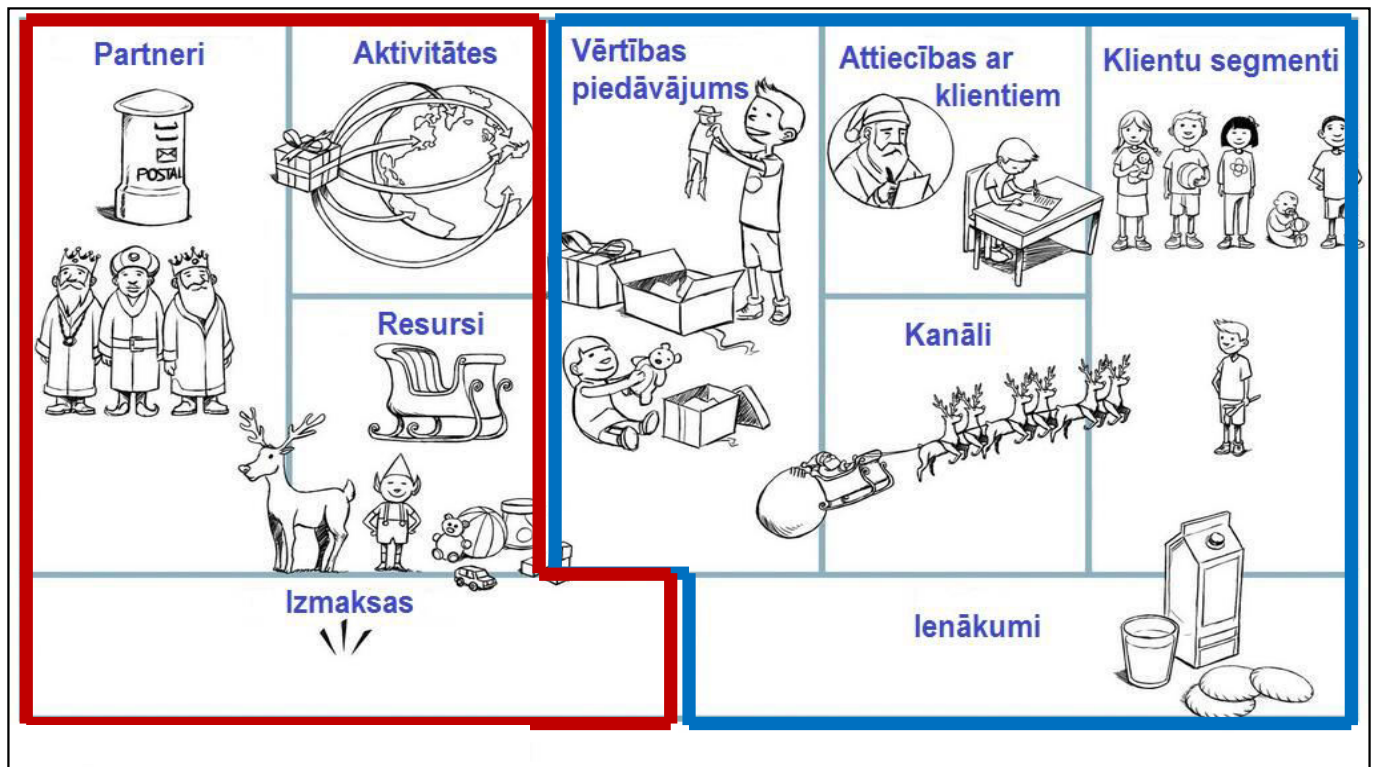
Unikālais vērtības piedāvājums

(unique value proposition)

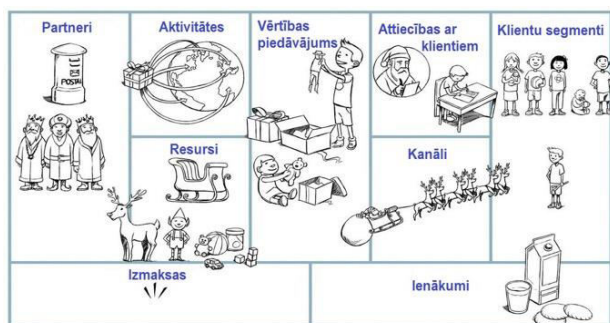


- **IEGUVUMS**, kādēļ klausītājs var būt **apmierināts**
- **RISINĀJUMS**, kas apmierina klausītāja **vajadzības**
- **IEZĪMES**, kas **ATŠKIR** no **alternatīvām**

BIZNESA MODELIS



Lietišķā "vārsmā"



Una Explicación Visual de SinPalabras © 2011

Šādiem KLIENTIEM

mēs piedāvājam šādu VĒRTĪBU (ieguvumu)

izmantojot šādus KANĀLUS

un pārējā laikā par sevi ATGĀDINOT šādā veidā.

No tā veidojas šāda veida IEŅĒMUMI

kas balstās uz šādiem galvenajiem IZDEVUMIEM.

Tam visam nepieciešami šādi RESURSI

un šāda mana MEISTARĪBA (galvenās aktivitātes)

un tajā visā man palīdz šādi PARTNERI.

KOMANDA

(+ jaunākās tendences)

Komandas portfolio



**Procesa
vadība**

**Kvalitātes
kontrolē**

**Tehniskā
ekspertīze**

**Finanšu
pārvaldība**

FINANSES

Parametri	1.scenārijs	2.scenārijs	3.scenārijs	Nepieciešamais finansējums Realizācijas apjoms Investīciju atdeve
Ražošanas apjoms	1000	30000	1000000	
Pašizmaksa	50	15	5	
Pārdošanas cena	65	20	8	
Tirgus cena	80	30	10 - 15	
Apgrozījums	65000	600000	8000000	
Personāls	4	15	100	
Patenta nostiprināšana	35000	35000	35000	
Kapitālinvestīcijas	0	0	1000000	
Aprīkojums	10000	75000	1000000	
Apgrozāmie līdzekļi	10000	75000	1000000	
Nepieciešamais finansējums	55000	185000	3035000	
Atdeve (gados)	2	2	4	
Rentabilitāte	30%	45%	60%	

“DARBA SVIEDRI”

Līdz šim paveiktais



Patenta
pieteikums

Izveidota
projekta
komanda

Identificēti
izpildītāji
ražošanai

Granti "Ideju
kausa", PAI,
"Atspēriena"
ietvaros

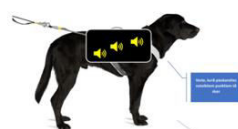
Izstrādāts
prototips un
mobila lietotne

Veikti **pētījumi**
ar
neredzīgajiem

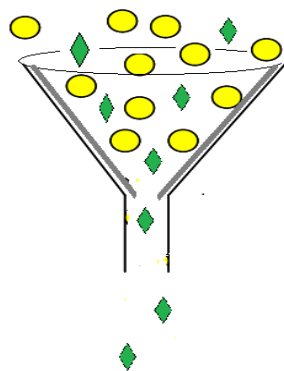
Neredzīgie
iesaistīti
dizaina izveidē

Izveidota
vietne

Publikācijas
"Forbes" un "Ir
Nauda" u.c.



"Darba sviedri"
ceļā līdz risinājumam:



X skices

Y izmēģinājumi (testi)

Z intervijas

W idejas "atkrita", jo [..]

Palika **šī ideja**, jo [..] un tā ir
labākā, jo [..]

Tipiskie “klupšanas akmeņi”

- **JŪS** nevis bides grafiskais dizains ekrānā!
- **Klusa balss/ intonācija**
- Neiekrītiēt «drāmas bedrē»! Spilgti, bet īsi un – uz priekšu!
- **TRENĒJĒTIES** – **vismaz 5-7x** izmēģiniet!
- «Neieņemta» skatuve!
- **Poza «gatavošanās sitienam»** (futbolā)
- Lasīšana no lapas/ telefona
- Jūsu **BALSS** un **INTONĀCIJA** un **DINAMIKA** ir tas, kas **IEDVESMO!**
- Ziniet, **kas ir klausītāji** un kas tiem **svarīgs!**
- Kas Jūs pašus **visvairāk aizrauj** savā piedāvājumā?
- Ja pietrūkst laika - **nodaliet būtisko** no sekundārā!
- Beigās mutiski – **PALDIES un [..]!**

57

8

100

Prezentāciju tehniskie aspekti

1. Simbolu izmērs: 30+

2. Verdana stils ir visērtāk lasāmais

3. Virsrakstus ieteicams necentrēt

4. Uz tumša fona gaišus burtus lasīt ir ērtāk, nekā otrādi

5. Bilde/ attēls → vēstījums/ teksts

6. «Enkura princips» (klātienē)

7. Uzskaitījumos labāk ievēro **skaitļus**, ne simbolus

59



Režisora **Arnolda Liniņa** un
runas pedagoģes **Antonijas Apeles**

izveidotā
līdzskaņu un patskaņu tabula

a e(platais) e(šaurais) i o u ai ie ei eu o au oi iu ui

m
n
l
r
v
z
b
d
g

f
s
c
h
j
k
p
t

ņ
ļ
ž
ģ
š
č
ķ



Biedrība ZINIS

SĀKUMS PAR MUMS PROJEKTI AKTIVITĀTES 2025 ZINIS KALENĀRS KONTAKTI MELLUŽU KOPIENA

2025.gads

1. febr. 2025. [Nav komentāru](#)

Novembris, 2025

01.11. Bioekonomikas spēles vadīšana RTU VASSI programmas 25 gadu jubilejā **Rīgā**
03.11. Sociālās uzņēmējdarbības rīcības plāna darbnīca **Bauskā**
04.11. Interesešu izglītības pedagogu metodisko darbu vērtēšana **Rīgā**
05.11. Sociālās uzņēmējdarbības rīcības plāna darbnīca **Aizkrauklē**
05.11. LG Coopetition hakatona komandu mentorings **Rīgā**
06.11. LG Coopetition hakatona komandu "speed-date" mentorings **Rīgā**
07.11. Vieslekcija kokapstrādes nozares uzņēmumiem **Gulbenē**
08.11. Interesešu izglītības pedagogu metodisko darbu vērtēšana **tiešsaistē**
12.11. Sociālās uzņēmējdarbības rīcības plāna **darbnīca Jēkabpilī**
19.11. Ideju "pārdošanas" treniņš ražošanas uzņēmumam **Rīgā**
20.11. Uzstāšanās projekta noslēguma konferencē **Rokišķos, Lietuvā**
22.11. Dalība LSUA 10 gadu jubilejā **Mārupē**
25.11. Uzstāšanās interesešu izglītības darba metodiskiem **tiešsaistē**
27.11. Digitalizācijas treniņa "Kickstart.lv" vadīšana uzņēmējiem **Rīgā**

Decembris, 2025

04.12. Digitalizācijas treniņa "Kickstart.lv" vadīšana uzņēmējiem **Rīgā**
11.12. Digitalizācijas treniņa "Kickstart.lv" vadīšana uzņēmējiem **Rīgā**

Sadarbības projekti

"Zināšanu eņģeļu" programma
(2014 - 2015)



Britu padomes partneris FCG ieviešanā
(kopš 2010.gada)



Materiālu atradīsiet:
zinis.lv/kalendars

Laba
prezentācija
sniedz
informāciju.

Izcila –
iedvesmo!



Neviens nav **NEAIZVIETOJAMS**,
toties ikviens var kļūt **NEATKĀRTOJAMS**