



SOCIĀLĀS
UZŅĒMĒJDARBĪBAS
FORUMS
2019

sonido

z v a n u c e n t r s

Inga Muižniece

Izaicinājums: kā viss sākās



Nauda?
Darbinieki?



Risinājums un vērtība klientam

Zvanu centra pakalpojumi (LV, RU, ENG, LT, EE)
Ienākošo, izejošo zvanu serviss.

Klienta ieguvums - sociālā atbildība

Sociālais projekts «**Parunāsim**», kā pievienotā vērtība uzņēmumam par pakalpojuma izmantošanu un mārketinga aktivitāte - vērtīgs ieguldījums sabiedrības emocionālajā labklājībā.



Kādi vēl varētu būt **ieguvumi** klienta acīs?

Klienti: kas izmanto zvanu centru

Uzņēmumi, kuri:

- ražo produktus vai sniedz pakalpojumus **B2C**
- klientu piesaistei izmanto izejošo zvanu pakalpojumus
- sniedz pakalpojumus starptautiskā līmenī (**ENG**)
- nevar atļauties maksāt par klientu servisu (1189)
- vēlas digitalizēt savu dokumentu arhīvu

Labuma guvēji

Tiešie labuma guvēji

- Vientuļi cilvēki
- Cilvēki ar invaliditāti (turpmāk tekstā Foršie)
- Brīvprātīgie

Netiešie labuma guvēji

- Krīzes centri
- Sociālie dienesti,
- Ģimenes ārsti
- Biedrības
- Sabiedrība



Kuri vēl varētu būt mūsu potenciālie klienti un labuma guvēji?

Kanāli: kā mēs sasniedzam klientus

Klientu piesaiste

- BNI® - pasaules vadošā biznesa tīklošanas un ieteikumu organizācija
- Facebook



Labumu guvēju piesaiste

- Dalība pasākumos (Forumi, meistarklases, Festivāli)
- Biedrības
- Facebook
- Vēstnieki



Kādus vēl kanālus varam izmantot klientu un labuma guvēju piesaistei?

Aktivitātes: kur slēpjas mūsu “maģija”?

Mēs dodam

- Iespēju vienkārši parunāt
- Piederības sajūtu
- Pielāgotu darba vidi (Foršajiem)
- Izaugsmi
- Paaudžu pieredzes apmaiņu

Mums palīdz

- Pakalpojumu sniedzēju **atlaides**
- **Pievienotā vērtība** pakalpojumam
- Sociālā uzņēmuma **statuss**



Kā vēl mēs varam stiprināt savu unikalitāti?

Uz kādām aktivitātēm mums būtu jāfokussējas?

Partneri un ieinteresētās puses

- Sadarbības partneri / pakalpojumu sniedzēji
- Klienti
- BNI tīkla dalībnieki
- Vēstnieki (jaunieši, slavenības, brīvprātīgie)
- Ziedotāji (privātās un juridiskās personas)
- Biedrības
- Pašvaldības



Kuri partneri var palīdzēt stiprināt mūsu pozīcijas?

Resursi: kas ir mūsu rīcībā



Izmaksu struktūra: galvenās izmaksu pozīcijas

➤ Tehniskais nodrošinājums



➤ Vides pieejamība



➤ Darbinieku atalgojums



➤ Apmācības un motivēšana



Ieņēmumi: kā gūstam ienākumus

- Sniedzot pakalpojumus
- Ziedojumi
- Preces ar «Parunāsim» logo, kā dāvanas (tapšanas stadijā)



Kā varam dažādot ieņēmumus?

<p>Resursi</p> <p>Darbinieki Brīvprātīgie</p> <p>Tehniskais nodrošinājums</p>	<p>Aktivitātes</p> <p>Slavenību dienas</p> <p>Statuss</p> <p>Sabiedrības noskaņojums</p>	<p>Darbības formāts</p> <p>Saruna</p>	<p>Labuma guvēji</p> <p>Vientuļie Foršie Biedrības</p>	<p>Vērtības piedāvājums</p> <p>Emocionālā labsajūta Sociālā atbildība</p> <p>Sociālā ietekme Darbinieku un zvanītāju sajūtas</p>
<p>Partneri</p> <p>Klienti Vēstnieki Biedrības Sadarbības partneri</p>	<p>Saruna</p> <p>Emocionālās labklājības profilakse</p>	<p>Kanāli</p> <p>BNI Facebook Vēstnieki</p>	<p>Klienti</p> <p>Juridiskas personas</p>	<p>Ietekmes rādītāji</p> <p>Zvanu apjoms</p> <p>Klienta ieguvumi Sociālā atbildība</p>
<p>Izmaksu struktūra</p> <p>Tehniskais nodrošinājums Darba vides iekārtošana Atalgojums Apmācības un motivācija</p>		<p>Peļņa</p> <p>Uzņēmuma uzturēšana</p> <p>«Parunāsim»</p>	<p>Ieņēmumi</p> <p>Mārketingas</p> <p>Pakalpojuma pārdošana Ziedojumi</p>	

Esam atvērti Jūsu ieteikumiem!

1. Kādi vēl varētu būt ieguvumi klienta acīs?
2. Kuri vēl varētu būt mūsu **potenciālie klienti** un **labuma guvēji**?
3. Kādus vēl **kanālus** varam izmantot klientu un labuma guvēju piesaistei?
4. Kā vēl mēs varam **stiprināt savu unikalitāti**?
5. Uz kādām **aktivitātēm** mums būtu jāfokusējas?
6. Kuri **partneri** var palīdzēt stiprināt mūsu pozīcijas?
7. Kā varam **dažādot ieņēmumus**?



Turpinājums dzīvē



Inga Muižniece

27171061

inga@sonido.lv

Kad jūties gatavs – piezvani!