

GREENIT Nodarbī ba

34. Uzņēmējdarbī bas projekta piektais posms – Klientu intervijas

I. Īss kopsavilkums

- Nodarbības ilgums: 45 minūtes
- Ko skolēni iemācīsies?
 - Kā izplānot klientu intervijas jautājumus
 - Kā veikt klientu interviju
- Ko skolēni darīs nodarbība?
 - Izdomās cilvēku vēlamu sarakstu, kuriem var lūgt sniegt klientu intervijas
 - Izplānot jautājumus klientu intervijai
 - Iestudēt klientu intervijas
- Kādas spējas skolēni uzlabos?
 - Efektīvu saziņu
 - Pētniecības spējas
 - Spēju darboties komandā
 - Uzņēmuma modeļa attīstības spējas
 - Problēmu noteikšanas spējas
- Saistītie priekšmeti:
 - Ģeogrāfija
 - Ekonomika / Uzņēmējdarbība
 - Svešvalodas
 - Filozofija
 - Pilsoniskā izglītība
- Nepieciešamie materiāli:
 - Projektors
 - Klēpjdatore / datore ar skaļruņiem

- o Interneta pieslēgums klasē (ja nav interneta pieslēgums, ir iespējams iepriekš lejupielādēt šīs nodarbības tiešsaistes videoklipus un atnest tos zibatmiņā, vai arī ir iespējams prasīt skolēniem sadalīties grupas un izmantot savus viedtālrunus / tabletes lai skatītos videoklipus)

II. Sākums (5 min.) (GALVENĀ DARBĪBA)

Atgādiniet skolēniem, ka viņiem mājasdarbā bija jānoskatās pāris videoklipi un bija jāatbild uz vairākiem jautājumiem, ieliekot savas atbildes tiešsaistē.

Balstoties uz šiem jautājumiem, lūdsu uzrādiat skolēniem sekojošo padomu sarakstu:

- Kas jaunuzņēmuma sākumā ir viens no galvenajiem jautājumiem? (Kas ir mans patērētājs un kā uzzināt ar ko man ir jāveic intervijas)
- Kuru cilvēku grupu ir vislabāk intervēt? (Sāc ar ideju meklēšanu par potenciālajām mērķauditorijām, tad sašaurini un centies no katras mērķauditorijas intervēt cilvēkus)
- Ar cik daudziem cilvēkiem ir labi runāt idejas pašā sākotnējā stadijā? (Parasti pietiks ar 7-8 intervijām)
- Kāds ir klientu intervijas mērķis? (Saprast pēc iespējas vairāk klienta paradumus un ar kādiem izaicinājumiem viņš/viņa saskaras – tā nav mēģināšana pārdot mūsu preci/ideju, pieņemot tas ir jau gatavs risinājums. Vēl viens mērķis ir noteikt citus līderus un aktīvus cilvēkus, kuri aktīvi mēģina risināt problēmu)
- Kādi ir labi veidi kā atrast klientus ar kuriem var sarunāties? (Iešana uz pasākumiem; kāds cits iepazīstina; ‘aukstie’ e-pasti – rakstīšana bez jebkāda iepriekšēja kontakta)
- Kādus jautājumus klientu intervijas laikā ir vislabāk uzdot? (Pēc iespējas vairāk atklāto jautājumu; nekādi jautājumi, kas intervētā atbildēs izraisītu aizspriedumus; jautājumi, kas ļauj aprakstīt kā cilvēkam paskaidrot kā viņš tagad un pagātnē darīja lietas, nevis to, ko viņi vēlas nākotnē redzēt)
- Kā strukturēt klientu interviju? (Sāciet ar cilvēka pašreizējo paradumu noskaidrošanu saistībā ar problēmu, kuru tu pieņem, ka varēsi ar savu ideju atrisināt. Turpiniet uzdot jautājumus par viņu izaicinājumiem, lai noskaidrotu vai pastāv problēmas. Uzdodiet jautājumus saistībā ar to, vai noteiktais cilvēks aktīvi mēģina risināt problēmu un kā viņš mēģina risināt to problēmu)

III. Praktiskās darbības (35 min.) (GALVENĀ DARBĪBA)

Sakiet skolēniem, ka nākošajās 35 minūtēs viņi apgūs pieeju cilvēku noteikšanai, kuriem viņi vēlētos lūgt sniegt interviju un tad trenēties veicot pāris mēģinājuma intervijas ar saviem klasesbiedriem.

Pirmais solis (2 min.): Pirmajā solī lūdziet komandām paņemt savus iepriekšējās reizes uzņēmuma modeļa rāmjus un apskatīties tabulā klientu sadaļā. Prasiet viņiem tuvāk apskatīties, ko viņi šajā sadaļā rakstīja un komandas sastāvā īsi to apspriest:

- Vai šiem cilvēkiem ir tā problēma, kuru mēs mēģinām risināt? Vai ir cita cilvēku grupa, kuru mēs esam palaiduši garām?

Otrais solis (15 min.): Nākošajā solī komandām ir jāsāk domāt par konkrētiem cilvēkiem no mērķauditorijām, kuriem viņi būtu gatavi lūgt sniegt interviju:

- Kas varētu būt šie cilvēki?
- Kur mēs varētu gūt viņiem pieeju? Vai tie ir noteikti tieši sociālajos medijos, vai tā ir noteikta vieta sabiedrībā vai varbūt tie ir konkrēti uzņēmumi ar kuru vadību un darbiniekiem var sazināties, vai varbūt skolēni var iet uz pasākumu, kur viņi var atrast šos cilvēkus, vai varbūt mūsu partneris/padomdevējs var iepazīstināt ar cilvēkiem?

Viņiem ir jāatceras, ka vislabāk ir veikt intervijas ar viņiem nezināmiem cilvēkiem.

Iesakiet komandām izveidot 15-20 cilvēku vēlamu sarakstu ar kuriem viņi vēlētos sazināties, pierakstot viņu vārdus, organizācijas, mājaslapas (ja ir pieejamas), telefona numurus, e-pasta adreses, sociālo mediju profilus.

Trešais solis (8 min.): Tagad komandām ir jāizdomā intervijas scenārijs – kādus jautājumus viņi vēlas intervijas laikā uzdot. Jautājumiem un to secībai vajadzētu balstīties uz parauga intervijām un mājasdarba videoklipos redzētajiem padomiem. Sakiet skolēniem, ka ja viņiem ir intervijas plāns, tas nenozīmē, ka intervijās viņi nevar uzdot jautājumus ārpus tā, jo viņiem būs jābūt elastīgiem un spējīgiem reaģēt uz to, ko intervētie saka. Jebkurā gadījumā intervijas plāns dos labas vadlīnijas svarīgākajām lietām, kuras ir jāuzdod.

Ceturtais solis (10 min.): Kad visas komandas ir noteikušas savus jautājumus, ļaujiet viņiem mainīties un veikt pēc iespējas vairāk iespējas intervijas 10 min. laikā, ar pārējo komandu pārstāvjiem. Lielākai daļai skolēnu visdrīzāk būs laiks veikt 1 vai 2 intervijas, bet varētu būt daži, kuriem būs laiks veikt pat 3 intervijas. Galvenā ideja ir sajust kā tas ir – veikt klientu interviju ar īstiem cilvēkiem.

IV. Refleksija (2 min.) (GALVENĀ DARBĪ BA)

Jūs varat uzdot sekojošos jautājumus visai klasei un uz klausīt dažas atbildes no brīvprātīgajiem. Vai arī jūs varētu prasīt skolēniem uzrakstīt savas atbildes rakstiski pievienotajā darba lapā:

- Ko tu uzzināji par sevi, kad tu šajā aktivitātē strādāji komandā?
- Ko tu uzzināji par sevi, kad tu veici klientu intervijas?

V. Mājasdarbs (GALVENĀ DARBĪ BA)

Mājasdarbs komandām ir sazināties ar cilvēkiem no klientu interviju vēlamā saraksta un veikt intervijas ar tiem, kuri ir atsaucīgi. Šīs intervijas var veikt personīgi var caur telefonu, skype, u.t.t.

VI. Ieskats nākošajā nodarbībā

Nākošajā reizē skolēni pārstrādās savu uzņēmuma modeļa rāmi balstoties uz mājasdarbā veiktajām klientu intervijām.