

„Pastāsti un pārdod!” (Tell and sell)

Metode	Pastāsti un pārdod!
Ievads	<p>“Pastāsti un pārdod” ir svarīga dzīves prasme. Šī metode palīdzēs studentiem domāt, kā reklamēt savu darbu ar īsiem stāstiem.</p> <p>Stāsti „iesaista smadzenes” (neironu savienojanās), izraisot smadzeņu viļņus klausītājā, kas sekmē stāstītāja radīto tēlu atspoguļošanu. Stāsti palīdz mums emocionāli piesaistīt lasītājus. Izraisītās emocijas palīdz radīt empātiju pret runātāju / rakstnieku.</p> <p>Stāsti smadzenes „uzrunā” vairāk nekā faktu ziņojumi vai dati. Kad cilvēki lasa faktu ziņojumus, aktivizējas tikai divi smadzeņu centri. FMRI pētījumi rāda, ka stāstu stāstīšana aktivizē papildus smadzeņu zonas. Smadzenes reaģē uz stāstiem tā, it kā tā būtu patiesība, kurā iesaistīts klausītājs/lasītājs.</p> <p>Stāsti maina smadzeņu ķīmiju. Kad lasītājs ir pārņemts ar emocionālu stāstu, viņu smadzenes ražo oksitocīnu (“uzticības hormonu”) - vielu, kas, kā pierādīts, palielina uzticamību un dāsnumu. (Richards, 2017)</p> <p>Piemērots mazām un lielām grupām.</p>
Mērķis	Pilnveidot studentu rakstpartību un pārliecināšanas prasmes.
Mērķauditorija	Visu kursu un jomu studenti.
Sasniedzamie rezultāti	<ul style="list-style-type: none">• uzlabotas sarunu, prezentācijas un rakstīšanas prasmes.• uzlabota studentu spēja pielietot to, ko viņi apgūst studiju kursā.• uzlabota spēja izdomāt un prezentēt efektīvu stāstu.
Apraksts	<p>Nodarbība sākas ar īsu lekciju. Izdaliel studentiem teksta paraugu un dodiet norādījumus par pārliecināšanas stratēģiju vai noteiktu vārdu izmantošanu, lai ietekmētu lasītāja/klausītāja lēmumu.</p> <p>Studenti uzraksta stāstu, izmantojot tikai 140 zīmes.</p> <p>1.piemērs</p> <p>Labs virsraksts atklāj, par ko ir stāsts, piesaista lasītāja uzmanību un raisa zinātkāri par tekstu.</p> <p>Virsrakstam jābūt precīzam un uzrakstītam skaidrā valodā. Izlasiet dažus stāstu kopsavilkumus un pēc tam katram izdomājiet un</p>

	<p>uzrakstiet virsrakstu. Tad strādājiet mazās grupās. Nolasiet viens otram izdomātos virsrakstus. Analizējiet, kuri jums patīk? Kāpēc?</p> <p>2.piemērs</p> <p>Pārdot produktu</p> <p>1. solis: apkopojiet informāciju</p> <p>Informācijas laikmets nozīmē, jo vairāk informācijas jums ir, jo labāk.</p> <p>2. solis: sagatavojiet profesionālu prezentāciju</p> <p>Kad būsit apkopojis visu būtisko informāciju, tā būs jāprezentē citiem kursu dalībniekiem (potenciālajiem klientiem / investoriem). Neskatoties uz to, ka Jums ir visefektīvākais trīsdimensiju prototipa modelis, jums ir jāizveido vienkārša pārdošanas lapa, lai apkopotu visu pieejamo informāciju.</p> <p>Pārdošanas lapai jābūt vienas vai divu lapu dokumentam, kurā skaidri norādīts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problēma, izaicinājums vai vajadzība pēc izstrādājuma • Produkta īpašības un priekšrocības • Produkta tirgus <p>Jums arī jāizstrādā pavadvēstule, kas jāpievieno pārdošanas lapai, kurā Jūs sniežat informāciju par sevi, kurā ir izskaidrots jūsu produkta inovatīvais raksturs utt.</p> <p>3. solis. Pārdodiet</p> <p>Tagad jūs esat bruņots ar informāciju, prezentācijas materiāliem un potenciālo klientu sarakstu. Kā jūs zināt, ka noslēdzat izdevīgu darījumu? Prezentējiet / pārdodiet izstrādāto produktu citiem dalībniekiem.</p>
Sagatavošanās	Nav nepieciešama.
Nepieciešamie resursi	Papīrs.
Veiksmes faktori	Šī metode varētu būt piemērota, ja dalībnieki pozitīvi izturās pret izmaiņām, kad ir izmantotas citas pieejas vai, ja viņiem ir motivācija iesaistīties.

	Jo efektīvāk mēs vērtējam viens otru, jo vairāk katrs no mums gūs labumu no pieredzes neatkarīgi no tā, vai mēs sakām runu, vērtējam, vai sēžam auditorijā.
Priekšrocības	Šī metode veicina aktīvu studentu iesaistīšanos mācībās un palīdz viņiem rast jēgpilnus problēmu risinājumus, kas savukārt veicina studentu labāku izpratni par studiju kursu/ jomu.
Trūkumi	Daži studenti var negatīvi (nervozi, ar bailēm) uztvert sava produkta izvērtēšanu.
Papildinformācija	<p>Šajā Monosoff rakstā atradīsiet darbību aprakstu, kas nepieciešamas idejas pārdošanai.</p> <p>Šis BBC darba lapas noderēs paraugam virsrakstu rakstīšanai.</p> <p>Richards, R. (2017). Interactive Storytelling: How to Make Your Content Strategy Soar in 2017. https://www.snapapp.com/blog/interactive-storytelling-how-make-your-content-strategy-soar-2017-examples-and-stats/</p> <p>Monosoff, T. 2006 <i>Three Steps to Selling your Idea</i>, Entrepreneur Europe, online article</p>