

Ieva Beilina

Profesionāls Sertificēts koučs |
Līderība un ilgtspējīgums

Mentore - LIAA programma Mentors
Biznesa Izaugsmei

Psihologa izglītība

Vairāk kā 20 gadu profesionālā
pieredze vadošos amatos

Atkarība: piparmētras



- Individuālais un komandu koučings / mentoring
- Līderības prasmju apmācības un treniņprogrammas

Ietekmīga uzstāšanās

Pārvērt 90 sekunžu
vēstījumu finansējumā





Orīgināls iepakojums un vērtīgs saturs

Laba uzstāšanās bez jēgpilnas runas =
skaists “iepakojums” bez vērtības.

Jēgpilna runa bez uzstāšanās prasmēm =
vērtīgs saturs, kas neizskan līdz auditorijai.

Ko paņemt "līdzi"

Trīs ausis

Sarunas atvērēji

PSIA ietvars





Veiksmīga uzstāšanās = piekļuve resursiem

**Mērķis nav izstāstīt visu, mērķis ir atvērt
nākamo sarunu.**



Praktiski: runas garums

Gatavošanās 30–36 h

Runas garums:

- Kodols: 90 sekundes
- Paplašinājums: 3–5 min (ar statistiku, mērogošanu, riskiem/komandu)
- Ja vajag ar slaidiem: 8–10 min, laiks J&A

Kā veidojas pirmais priekšstats — laika līnija



01

0–0.1 s ACU MIRKLIS

Smadzenes izdara priedumu par kompetenci/uzticamību tikai no sejas un pozu signāliem.

02

0–3 s IEEJA KADRĀ

Ķermeņa valoda + mikroizteiksmes. Stabils solis, atvērti pleci, īss smaids, pauze pirms pirmā teikuma. Šeit auditorija intuitīvi “nolasa” drošumu un mieru.

03

3–30 s BŪT VAI NEBŪT

Pirmais teikums + balss tembrs/temps. Ja 30 sekunžu laikā nekļūst skaidrs kas jūs esat un ko darāt, uzmanība krītas—investori “atslēdzas”.

04

30–90 s VĒRTĪBAS TESTS

Ātrs, jēgpilns kopsavilkums: problēma → risinājums → pierādījums (viens skaitlis/trakcija) → “kāpēc tagad”.

05

90 s–2:30 min TURPINĀJUMS VAI NĒ

ja pirmajā minūtē izdevies ieinteresēt, Tev piešķirs vēl laiku detaļām.

Trīs ausis jeb ekosistēmas trijstūris



INVESTORU PERSPEKTĪVA

Nodrošina finansējumu mērogam (komanda, produktu attīstība, kanāli) un disciplīnu (mērķposmi, pārvaldība)

PARTNERU INTERESES

Dod piekļuvi (mērķgrupai, datiem, telpām/kanāliem), kompetenci (mentori, speciālisti) un leģitimitāti (publiska iestāde, korporācija, NVO).

MEDIJU FOKUSS

Rada redzamību un uzticību, palīdz iesaistīt sabiedrību/klientus un piesaistīt papildu partnerus un finansējumu.



Investoru perspektīva

5 skaitļi, kas “pārdod” sociālo ideju

-
- **Problēmas lielums** — cik liela ir sāpe tirgū (€/gadā, skarto cilvēku skaits).
 - **Jūsu rezultāts/ietekme** — izmērāms uzlabojums (piem., -35% izmaksas / +20% sasniegts iznākums).
 - **Vienības ekonomika** — cena, pārdoto preču/pakalpojumu pašizmaksa (COGS), bruto peļņas marža.
 - **Klienta iegūšanas izmaksas** (CAC) un atmaksāšanās periods (payback mēnešos).
 - **Izaugsmes pierādījumi** (traction) — klientu skaits, ikmēneša/ikgadējie atkārtotie ieņēmumi, atkārtoti pirkumi.

Investoru perspektīva

1 SLAIDA / 1 MINŪTES SECĪBA (PIEMĒRS)

Problēma (skaitlis) → **Risinājums** (1 teikums) →
Ietekmes rādītājs (KPI) → **Kas maksā & marža** →
Izaugsmes pierādījumi (traction) → **Priekšrocība** →
Komanda → **Investīciju pieprasījums** (ask) +
Mērķposmi (milestones).





Partneru intereses

5 skaitļi, kas “pārdod” partnerim

- **Sasniedzamās mērķgrupas apjoms** (cilvēku/org. skaits, pārklājums %).
- **Rezultāts pret bāzi** (piem., -30% izmaksas vienam saņēmējam / +25% sasniegts iznākums).
- **Partnera ieguldījums** (stundas/mēn., telpu izmaksas, līdzfinansējums) pret ieguvumu (ietaupītās € vai KPI uzlabojums).
- **Laiks līdz vērtībai** (no “start” līdz pirmajam KPI, piem., 4–6 nedēļas) un SLA (pakalpojuma pieejamība, reakcijas laiki).
- **Redzamība/PR** (plānotais sasniedzamais auditorijas lielums, publikāciju skaits) vai sviras koeficients (1 € partnera ieguldījuma → 3 € citu avotu piesaiste).

Partneru intereses

1 SLAIDA / 1 MINŪTES SECĪBA PARTNERIM (PIEMĒRS)

Mandāts & mērķgrupa → **Problēma** (skaitlis) → **Risinājums** (1 teikums)

→ **Pierādījums** (pirms→pēc) →

Ko lūdzam no Jums (konkrēti, mērāmi) → **Ko Jūs saņemat**

(KPI/PR/ietaupījums) →

Riski & kā tos sedzam → **Laika līnija + 3 mērķposmi** → **Nākamais solis**

(nodoma protokols/kalendāra ielūgums).





Mediju fokuss

Kas interesē medijus

- **Pārliecinošs stāsts ar cilvēku centrā.** Reāls varonis, problēma → risinājums → rezultāts.
- **Publikācijas vērtība:** kas lasītājam noder/izraisa emociju/iedod jaunu skatpunktu.
- **Jaunums un aktualitāte:** “kāpēc tieši tagad?” (datumi, likumu maiņas, sezona, notikums).
- **Skaitļi un pierādījumi:** konkrēti rezultāti, dati, salīdzinājumi (pirms/pēc).
- **Konflikts/izmaiņas:** pārvarēta barjera, sistēmisks šķērslis, pārsteidzošs risinājums.
- **Vietējais skatpunkts:** kā tas skar mūsu pilsētu/valsti/mērķauditoriju.
- **Vizualizējams saturs:** foto/video, citējami teikumi, skaidras shēmas.

Mediju fokuss

Kā pasniegt (pitch medijiem)

- **Virsraksts** (1 rinda): **jauns, skaidrs, ar skaitli/rezultātu.**
- **Ievads** (2–3 teikumi): **problēma (skaitlis) → ko izdarījāt → ko tas nozīmē sabiedrībai.**
- **Cilvēkstāsts** (2 teikumi): **īss varoņa portrets un pārmaiņas (“pirms/ pēc”).**
- **Citāts** (1 teikums): **līdera vai eksperta frāze**, ko gribas ielikt rakstā.
- **Piedāvājums žurnālistam:** intervija, vizīte uz notikumu, dati, foto/video.



Auditorijas uzmanības iekarošana

Spēcīgs runātājs iesaista auditoriju.



Kā iegūt auditorijas uzmanību

PRAKTISKI





Vizuālā ietekme prezentācijā

Pirms–pēc vizuāli + lieli skaitļi = skaidra ziņa.

Tīri grafiki izceļ svarīgākos panākumu rādītājus.



CLARITY
IMPACT
COMMUNICATION

#LEWION WITH
PROFIGINATION
RELECT L;
FFFFF;

Valodas higiēna

Runā vienkārši un kodolīgi.

Nelieto žargonu.

Veido īsus teikumus.

Nosauc, kāpēc rīkoties vajag tieši tagad.



Sarunas atvērēji

Piesaisti uzmanību! Sagatavo auditoriju savam stāstam. Tev ir 30 sekundes!

Izmanto:

- datu šoku
- "dzīvu" ainu
- uzdod interesantus jautājumus
- izmanto rekvizītus

PSIA karte— 4 teikumi 90 sekundēm

*Būt vai nebūt un
vērtības tests*

PROBLEM (Problēma)

“Latvijā [mērķgrupa] saskaras ar [sāpju punkts + skaitlis].”

SOLUTION (Risinājums)

“Mēs [ko darām], lai [rezultāts].”

IMPACT (Ietekme)

“Šogad: 1 skaitlis + 1 stāsts (anonimizēts).”

ASK (Aicinājums)

“Šodien lūdzam [€/resursu/kanālu], lai [mērogs/ietekmes pieaugums].”

+ metafora (kas palīdz palikt atmiņā)



ASK

Aicinājums

Aicinājumam rīkoties jābūt -

- pārļiecinošam
- skaidram
- kodolīgam
- iedarbīgam

→ virzot auditoriju uz nākamajiem soļiem partnerības vai finansējuma piesaistes procesā.



Gatavība J&A

Sagatavo kodolīgas atbildes uz tipiskiem jautājumiem, lai tavs vēstījums skanētu skaidri un pārliecinoši svarīgākajos mirkļos.

Apkopojums

- Sākām ar stāstu. Jautājums nav ‘vai stāstīt’, jautājums ir ‘kā stāstīt, lai durvis atvērtos’ nākamajām sarunām.
- Jūs jau rīkojaties — tagad runājiert tā, lai finansējums un partneri varētu jums pievienoties.
- Nākamais solis: jūsu stāsts PSIA 4 teikumos + trīs Ask versijas (investors/partneris/sabiedrība).
- Skaidrs aicinājums: " — sāksim šodien!"



Ko paņemt "līdzi"

Trīs ausis - kā pielāgoties auditorijai

Sarunas atvērēji - kā atvērt durvis nākamajām sarunām

PSIA ietvars - ietvars efektīvai 90 sekunžu runai



Ja klausītāji atceras
vienu teikumu,
pārliecinies, ka
TAS IR TAVĒJAIS

Piesakies šeit, ja vēlies
saņemt prezentācijas
apkopojumu un papildus
informāciju

