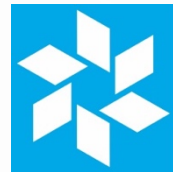




Kuriame
Lietuvos ateitį
2014–2020 metų
Europos Sąjungos
fondų investicijų
veiksmų programa



TYRIMŲ MOKYMŲ CENTRAS

SUAUGUSIŲJŲ NEFORMALIOJO ŠVIETIMO IR TĘSTINIO MOKYMOSI PLANAVIMO MOKYMAI SAVIVALDYBĖSE

PROJEKTAS „SUAUGUSIŲJŲ ŠVIETIMO SISTEMOS PLĖTRA SUTEIKIANT
BESIMOKANTIEMS ASMENIMS BENDRĄSIAS IR PAGRINDINES
KOMPETENCIJAS“

NR. 09.4.2-ESFA-V-715-01-0002

SUSIPAŽINKIME ... ☺

- PAKALBINKITE KAIMYNA, SUŽINODAMI JO VARDĄ, KUR DIRBA, KĄ JIS MĖGSTA, KĄ VEIKIA LAISVALAIKIU, KOKS YRA KAIP ASMENYBĖ. KOKIE JO LŪKESČIAI ŠIEMS MOKYMAMS?
- PRISTATYKITE KAIMYNA GARSIAI VISAI GRUPEI, PASAKYDAMI JAM KOMPLIMENTĄ ARBA APIBŪDINDAMI JĮ TRIMIS PIRMOMIS VARDŲ RAIDĖMIS.
PVZ:
- **ŠALIA MANĖS SĖDI JŪRATĖ. JI YRA ... DIRBA... LAISVALAIKIU...**

JŪRATĖ YRA: JUDRI, ŪMI, REIKLI

Iš šių mokymų tikisi...

MOKYMOSI TEMOS IR TIKSLAS

- ŠVIETIMO PLANAVIMAS SAVIVALDOS LYGMENYJE
- POKYČIAI ŠVIETIME IR PERMAINŲ VALDYMAS
- KOKS PLANAVIMAS YRA VEIKSMINGAS?
- KAS TURĖTŲ PLANUOTI?

**TIKSLAS – ATNAUJINTI IR PAGILINTI MOKYMŲ DALYVIŲ
NEFORMALIOJO ŠVIETIMO IR TĘSTINIO MOKYMOSI
PLANAVIMO ŽINIAS IR ĮGŪDŽIUS.**





**POKYČIAI ŠVIETIME IR
PERMAINŲ VALDYMAS**

POKYČIAI ŠVIETIME...

... MOKYTIS VISĄ GYVENIMĄ

.... ATPAŽŪSTANT SAVE IR RENKANTIS KELIĄ VEIKLOS PASAULYJE

... SVARBU NEFORMALUSIS SUAUGUSIŲJŲ ŠVIETIMAS IR TĘSTINĮ MOKYMASIS

... MOKYMOSI VISĄ GYVENIMĄ ĮVAIROVĖ

... LANKSTUMAS, PRIEINAMUMAS, SISTEMA

... MOTYVACIJA MOKYTIS

... MOKYMOSI INTEGRALUMAS

... GEBĖJIMAS SAVARANKIŠKAI VALDYTI KARJERĄ

KO REIKIA ATEIČIAI: DARBO RINKOS POREIKIAI 2030 M.

© WWW.DELFI.LT

KOMPETENCIJOS

- **TECHNOLOGINIAI ĮGŪDŽIAI** – PROGRAMAVIMAS
- **KOGNITYVINIAI GEBĖJIMAI** – PROBLEMŲ SPRENDIMAS, KUR TECHNOLOGIJOS DAR NEPASIEKĖ ŽMOGIŠKOJO SMEGENŲ LANKSTUMO
- **TARPASMENINIO BENDRAVIMO ĮGŪDŽIAI**, KO TECHNOLOGIJOS PASIEKTI KOL KAS NEGALI,
- **VADYBA** – KONTEKSTUALIŲ SPRENDIMŲ PRIĖMIMAS

PROFESIJOS

- SKAITMENINIO MARKETINGO SPECIALISTAS
- DEBESŲ INŽINERIJOS PROGRAMUOTOJAS

SUSITARKIME DĖL TERMINŲ IR VAIDMENŲ 😊

JEI SUAUGUSIŲJŲ NEFORMALUSIS ŠVIETIMAS – PASLAUGA, TAI:

- KAS MŪSŲ KLIENTAS?
- KODĖL JIS ATEINA MOKYTI / ARBA KAIP JĮ SURANDAME?
- KAS, KO, KAIP IR UŽ KĄ JĮ MOKO MŪSŲ SAVIVALDYBĖJE?

DARBAS GRUPĖSE, ANALIZUOJANT DOKUMENTUS IR SITUACIJĄ

GRUPIŲ DARBO PRISTATYMAS IR DISKUSIJA

KAŲ VADINAME IR KAIP VEIKIA
ORGANIZACIJA?

**GRUPĖ – KOMANDA –
ORGANIZACIJA...**

KAD SUSIKALBĖTUME TEISINGAI 😊

ORGANIZACIJOS APIBRĖŽTIS

- **ORGANIZACIJA** – TAI GRUPĖ ŽMONIŲ, KURIŲ VEIKLA SĄMONINGAI KOORDINUOJAMA BENDRAM TIKSLUI PASIEKTI.
- PAGRINDINIAI ORGANIZACIJOS IŠTEKLIAI: **ŽMONĖS**, MEDŽIAGOS, TECHNOLOGIJOS IR **INFORMACIJA**.



GRUPĖ = KOMANDA?

- ✓ KLAIDA, KAI SU KOMANDA ELGIAMASI KAIP SU ATSKIRŲ ŽMONIŲ DERINIU
- ✓ KOMANDOS NEATSIRANDA SAVAIME, JOS YRA KURIAMOS IR TOBULINAMOS
- ✓ PUIKIOSE KOMANDOSE SUSIFORMUOJA VIENYBĖS ARBA TAPATYBĖS POJŪTIS
- ✓ KOMANDOS DVASIA KURIAMA ĮTRAUKIANT NARIUS Į VISUS PROCESO ASPEKTUS

KOMANDOS MEISTRISŲKUMO POŹYMIAI

(PAGAL LARSON, LA FASTO)

- ✓ AIŠKUS, KILNINANTIS TIKSLAS
- ✓ STRUKTŪRA, SKATINANTI SIEKTI REZULTATŲ
- ✓ KOMPETENTINGI KOMANDOS NARIAI
- ✓ VIENINGAS ĮSIPAREIGOJIMAS
- ✓ BENDRADARBIAVIMO KLIMATAS
- ✓ MEISTRISŲKUMO STANDARTAI
- ✓ IŠORINĖ PARAMA
- ✓ PRINCIPINGA LYDERYSTĖ

LYDERYSTĖS FUNKCIJOS KOMANDOJE

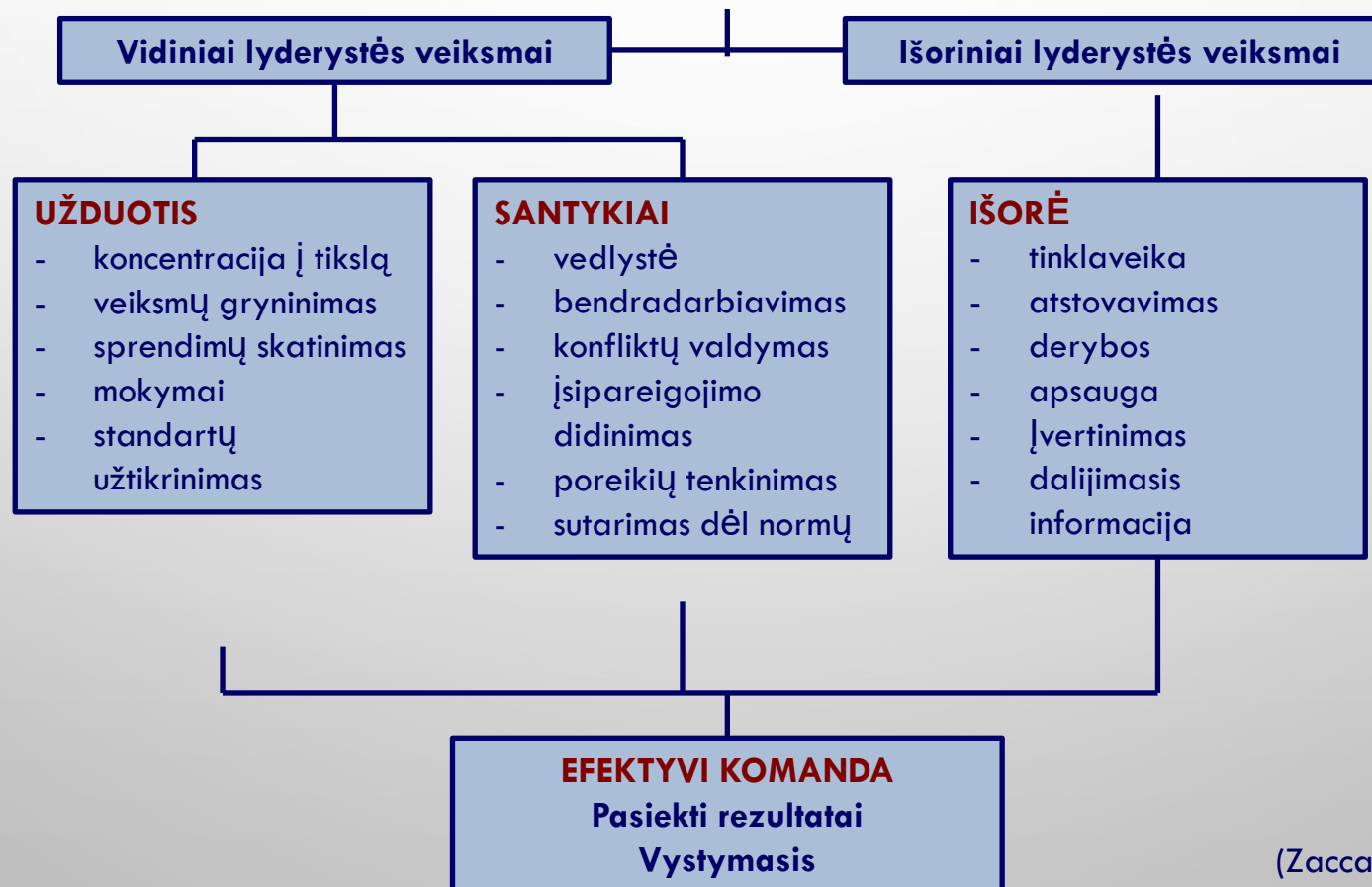
(PAGAL MCGRATHO)

	STEBĖJIMAS	VEIKSMAS
VIDINĖS	Išsiaiškinti grupės trūkumus 1	Imtis veiksmų padėčiai ištaisyti 2
IŠORINĖS	Numatyti aplinkos pokyčius 3	Užkirsti kelią bloginantiems pokyčiams 4

LYDERYSTĖ KOMANDOJE

LYDERYSTĖS SPRENDIMAI

- stebėti ar imtis veiksmų?
- užduočių santykių srityje?
- vidinių ar išorinių?



EFEKTYVIOS KOMANDOS POŽYMAI



1. PASIEKTAS TIKSLAS
2. PER NUMATYTĄ LAIKĄ
3. KOMANDOS NARIAI PATENKINTI ATLIKTU DARBU, SAVO INDĖLIU IR PASIEKTU REZULTATU

KAIP SOCIALINĖ SISTEMA ORGANIZACIJA APIMA

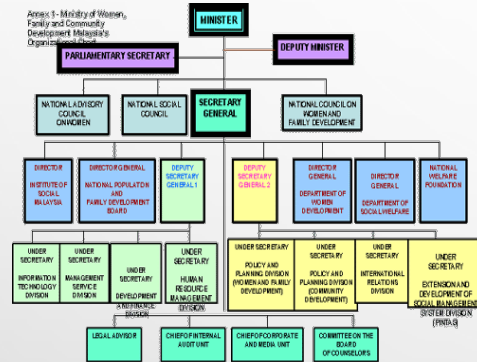
- SOCIALINĖS GRUPĖS
- STATUSĄ
- NORMAS
- LYDERYSTĖS SANTYKIUS
- SUSITELKIMĄ / KONFLIKTIŠKUMĄ

SISTEMINĖS ORGANIZACIJOS BRUOŽAI:

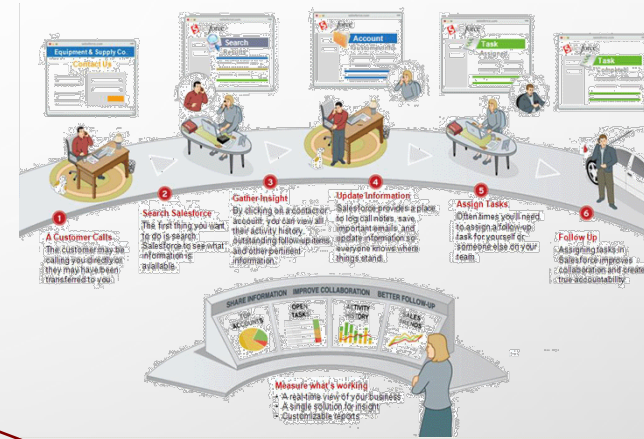
- SISTEMA ADAPTUOJASI, REAGUODAMA Į IŠORINĘ APLINKĄ
- SISTEMOS KOMPONENTAI YRA INTEGRUOTI TARPUSAVYJE
- KIEKVIENAS SISTEMA YRA UNIKALI
- VIDINIAI SANTYKIAI SISTEMOJE YRA REGULIUOJAMI
- **KŪRYBIŠKUMAS YRA SISTEMOS VIDINIS BRUOŽAS**

Organizācijas dimensijas

STRUKTŪRA:
kaip viskas organizuota



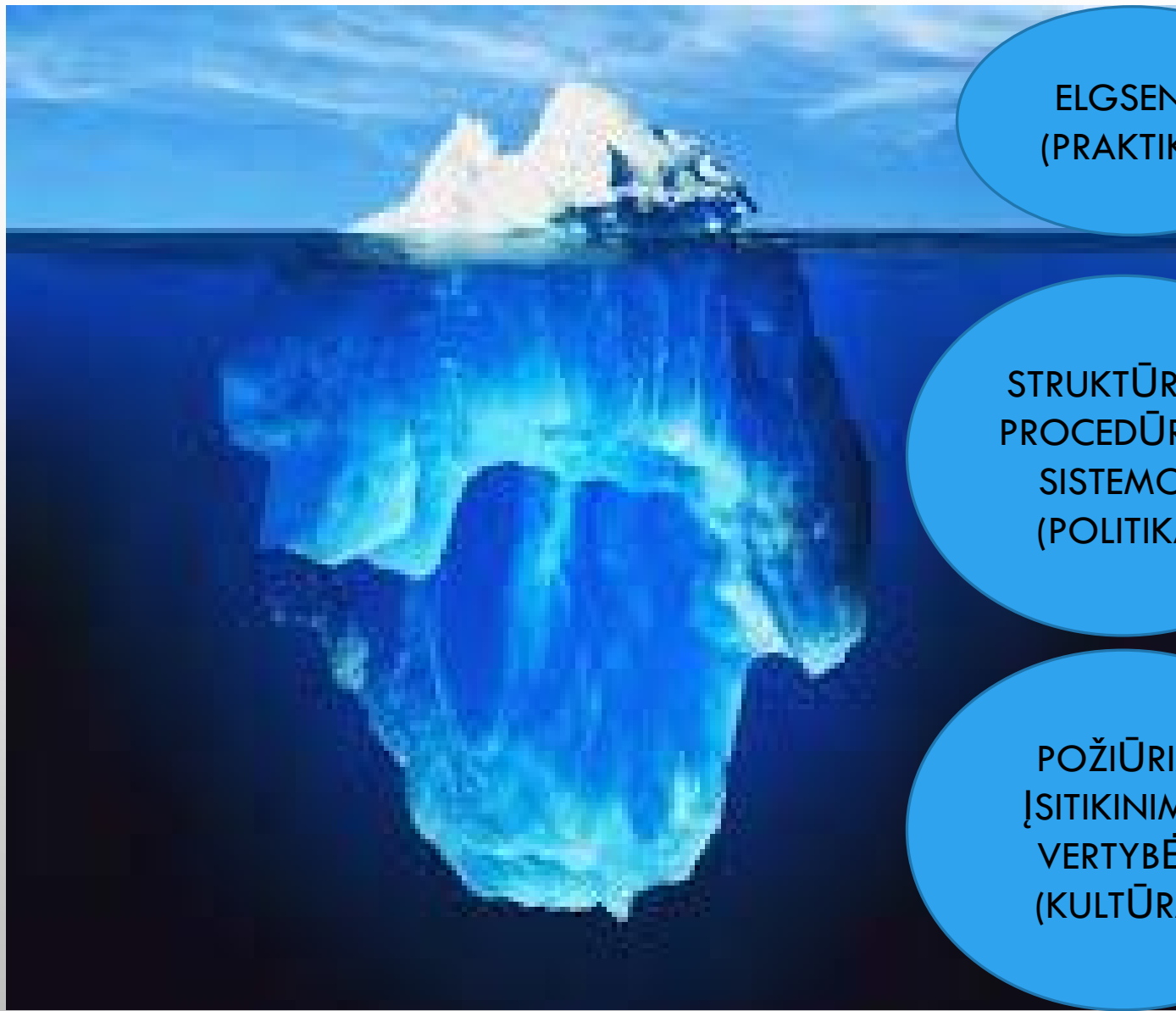
PROCESAS:
kaip darome dalykus



KULTŪRA:
kaip mąstome, suvokiame,
jaučiame ir elgiamės



ORGANIZACIJOS LEDKALNIS



ELGSENA
(PRAKTIKA)

STRUKTŪROS,
PROCEDŪROS,
SYSTEMOS
(POLITIKA)

POŽIŪRIAI
ĮSITIKINIMAI
VERTYBĖS
(KULTŪRA)

BOSTONO MATRICA: ORGANIZACIJOS PASLAUGŲ PORTFELIS

Žvaigždės (investuoti)



Probleminiai vaikai (klaustukai) (atrinkti, investuoti, kad kai kurios pereitų į palankesnę poziciją)

Melžiamos karvės (valdyti situaciją)



Dvesiantys šunys (atsisakyti veiklos arba neinvestuoti)

O KĄ DARYSIME TOLIAU?

ORGANIZACIJOS STRATEGINIS VALDYMAS



The background of the slide is a light gray gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered across it. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. The text is centered in the upper half of the slide.

**TARPINSTITUCINIS
BENDRADARBIAVIMAS IR
KOMUNIKACIJA MOKANT
SUAUGUSIUOSIUS**

KAIP IR KODĖL MOKOSI SKIRTINGŲ KARTŲ ATSTOVAI?



VISKAS PRIKLAUSO NUO POŽIŪRIO?



Optimistas jums pasakys, kad stiklinė pusiau pilna
pesimistas tuščia o inžinierius - stiklinė yra dvigubai didesnė nei reikia.

**„GALVA YRA LYG AKVARIUMAS, KOKIAS
ŽUVELES TEN LEIDI – TOKIAS PASKUI IR
ŽVEJOJI...“**

SIMONAS TARVYDAS,
MENININKAS, DIZAINERIS, „INDI“ ĮKŪRĖJAS

**„LYDERIAIS TAMPA ŽMONĖS, KURIE PADARO
TAM TIKRUS MORALINIUS PASIRINKIMUS,
UŽUOT PASIKLIOVĘ ESAMA TVARKA, ESAMU
MODELIU IR VIEN BESĄLYGIŠKAI
TARNAUDAMI JAM...“**

L. DONSKIS,
FILOSOFAS, HUMANISTAS, ŠVIETĖJAS

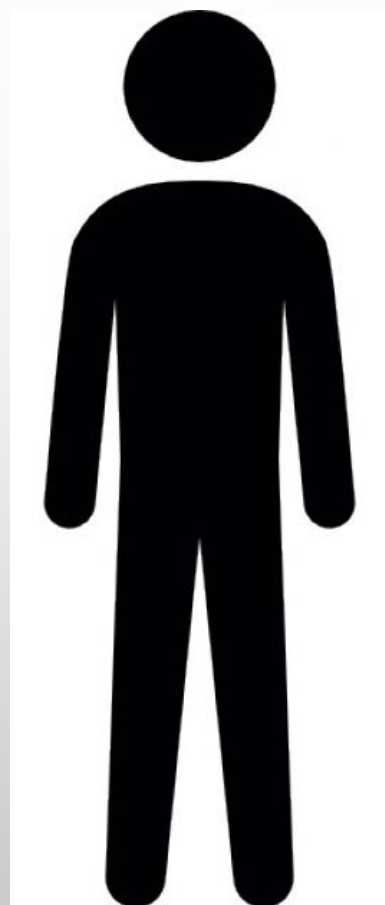
KOKS YRA SUAUGUSIŲJŲ MOKYMOSI ORGANIZAVIMAS ... 😊

KASDIEN DARBE AŠ:

- GALVOJU...
- JAUČIU...
- DARAU...

KAS MUS SIEJA? MES:

- GALVOJAME...
- JAUČIAME...
- DAROME...



PENKI VERTINGIAUSI ADMINISTRAVIMO PRINCIPAI (H. FAYOL, 1916)

- **PLANAVIMAS IR PROGNOZAVIMAS** – KONTROLIUOTI ATEITĮ IR SUDARYTI VEIKSMŲ PLANUS.
- **ORGANIZAVIMAS** – SUKURTI ĮMONĖS/ORGANIZACIJOS STRUKTŪRĄ, MEDŽIAGAS IR ATRINKTI ŽMONES.
- **VADOVAVIMAS / MOTYVAVIMAS** – PALAIKYTI IR PAREMTI PERSONALO VEIKLĄ.
- **KOORDINAVIMAS** – SUVIENYTI, UNIFIKUOTI IR SUDERINTI VEIKLĄ BEI PASTANGAS.
- **KONTROLĖ** – PRIŽIŪRĖTI, KAD VISKAS VYKTŲ LAIKANTIS PLANO.

STRATEGAVIMAS...PLANAVIMAS...

- KUR ESAME DABAR?
- KUR NORIME NUEITI?
- KAIP TEN NUEISIME?

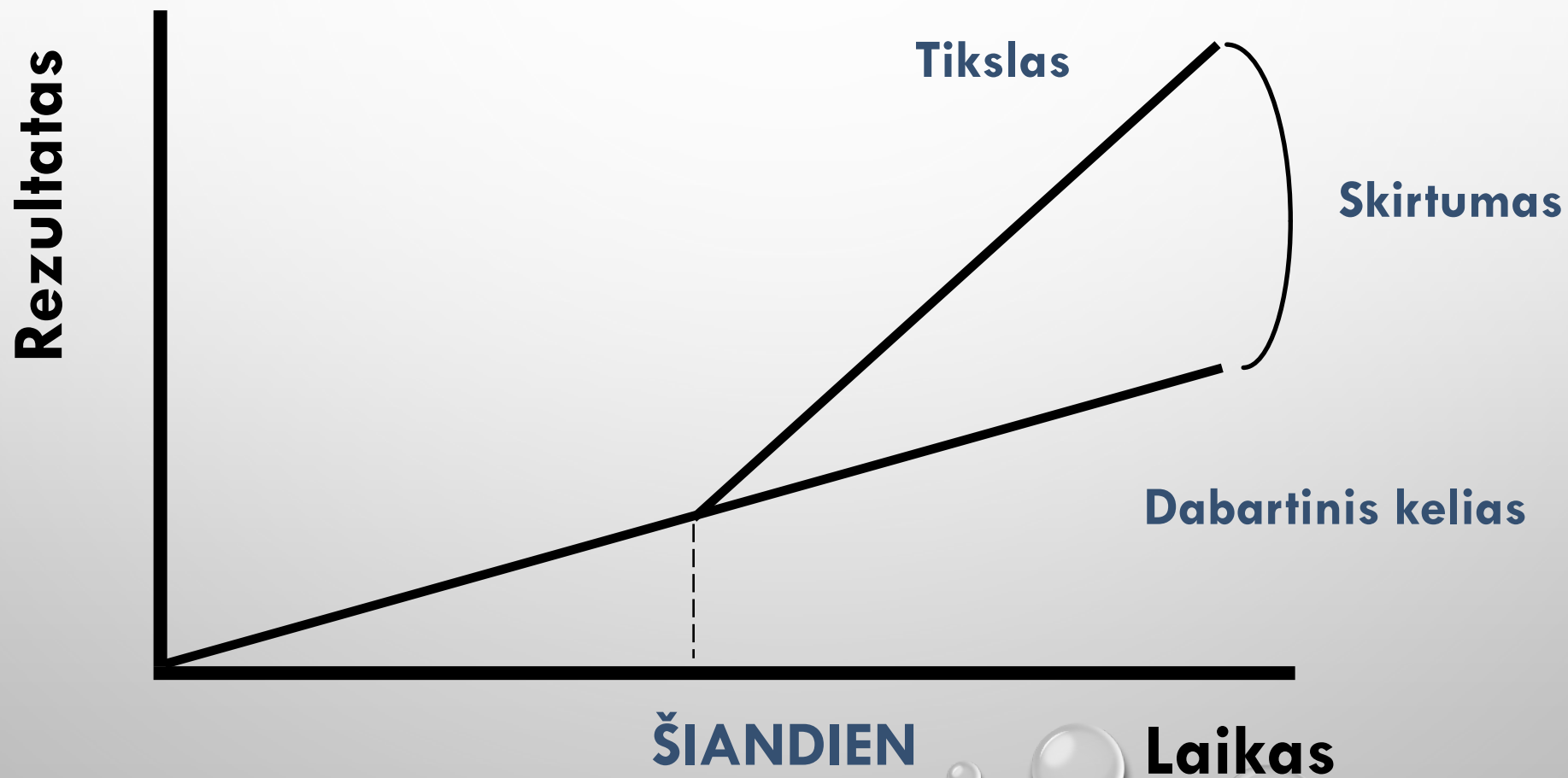


SITUACIJOS ANALIZĖS IR TIKSLŲ PERSPEKTYVOS

- VIDINĖ
 - VIDINIAI IŠTEKLIAI, PAJĖGUMAI
 - JŲ PANAUDOJIMO VARIANTAI
- IŠORINĖ
 - RASTI GALIMYBIŲ IŠORINĖJE APLINKOJE
 - JŲ IŠNAUDOJIMO VARIANTAI

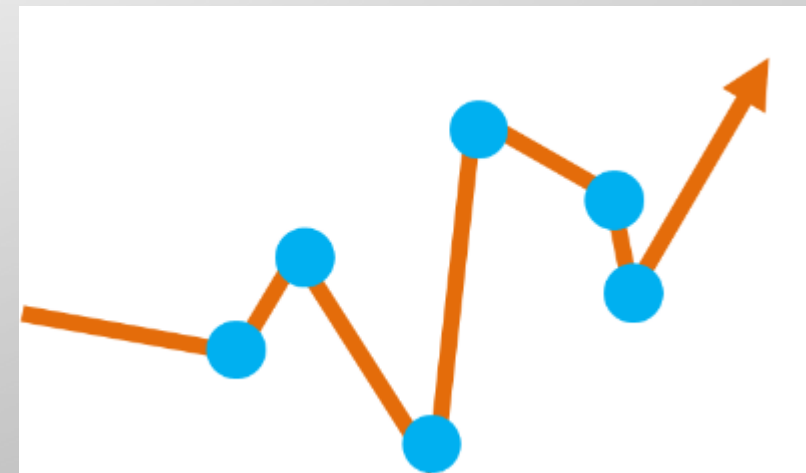


TIKSLAS – SKIRTUMAS TARP „DABAR“ IR „TADA“



PLANAVIMO UŽDAVINIAI

- NUMATYTI VEIKSMŲ KRYPTĮ,
- SUDERINTI SKIRTINGŲ NARIŲ / INSTITUCIJŲ PASTANGAS, VEIKSMUS
- ĮVERTINTI GALIMAS KLIŪTIS, NUMATYTI BŪDUS JOMS ĮVEIKTI.
- **SUDARYTI SĄLYGAS NUOLAT SEKTI VEIKLĄ, PASTEBĖTI JOS TRŪKUMUS IR LAIKU JUOS ŠALINTI, IŠVENGTI ATSIDIKTINIŲ SPRENDIMŲ PAVOJAUS.**



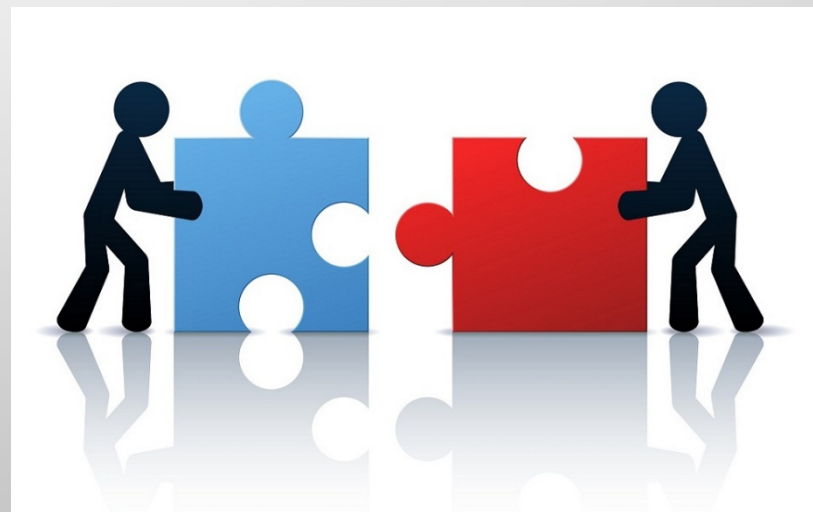
PLANAVIMO REZULTATAS! 😊

Tarpusavyje sutartas veikimas išvien, visas pastangas nukreipiant į geresnį suaugusių mokymąsi



FORMALUS PLANAVIMAS

- REMIASI RACIONALUMU
- REIKALINGAS SISTEMIŠKUMAS
- VYKDOMAS PASTOVIAIS INTERVALAIS
- REMIASI GRIEŽTA DOKUMENTACIJA



NEFORMALUS PLANAVIMAS

- REMIASI EMOCIJOMIS
- SPONTANIŠKAS, EPIZODINIS
- INTERVALAS ATSITIKTINIS
- NĖRA GRIEŽTOS DOKUMENTACIJOS



„MINKŠTOJI“ IR „KIETOJI“ DALYS

- „MINKŠTOJI“ – VIZIJA, MISIJA, VERTYBĖS (NEKINTAMA DALIS)
- „KIETOJI“ – PRISIIMTOS **ATSAKOMYBĖS, KONKRETŪS PAMATUOJAMI REZULTATAI**
(LANKSTUMAS, REAGAVIMAS Į NAUJAS APLINKYBES)

PLANO, KAIP DOKUMENTO, KOKYBĖS KRITERIJAI -1

- **LAKONIŠKUMAS IR AIŠKUMAS** (KIEK GALIMA TRUMPESNIS IR SUPRANTAMAS DAUGUMAI ŽMONIŲ)
- **APIMTIS** (PLATUS, APIMA VISAS VEIKLOS SRITIS, ŽEMESNIO LYGMENS PLANAI NUO PLATUMOS PEREINA Į GYLĮ, TURI BŪTI KONKRETESNI IR AIŠKESNI)
- **ĮGYVENDINIMO PRIEŽIŪRA** (KAIP PAMATUOTI, AR EINAMA TEISINGU KELIU, AR EINAMA TEISINGAIS ŽINGSNIAIS)

PLANO, KAIP DOKUMENTO, KOKYBĖS KRITERIJAI -2

- **PLANO STRUKTŪRA** TURI PADĖTI ŽMONĖMS JĮ SUPRASTI:
 - ✓ ESAMA SITUACIJA
 - ✓ SSGG
 - ✓ VIZIJA, MISIJA, VERTYBĖS
 - ✓ TIKSLAI
 - ✓ LAUKIAMAI REZULTATAI
 - ✓ VEIKSMŲ PLANAS

VIZIJA – SVAJONĒ!



KOKIO POKYČIO NORIME?





ŽVILGSNIS IŠ 2027:

APIE KOKĮ SUAUGUSIŲ ŠVIETIMĄ SAVO SAVIVALDYBĖJE
SVAJOJAME?

ŽVILGSNIS IŠ 2027



- Kokį mokymąsi sukūrėme savo gyventojams?
- Kaip pasikeitė jų mokymasis? Kuo gyvena miesto bendruomenė? Ką daro, kaip bendrauja, jaučiasi žmonės?
- Kaip mes prie to prisidėjome?
- Kaip mokysis ateities suaugę? Kas jau pasikeitė?

STRATEGIJA VS TAKTIKA



POKYČIO FORMULĒ



D – Nepasitenkinimas (dissatisfaction)

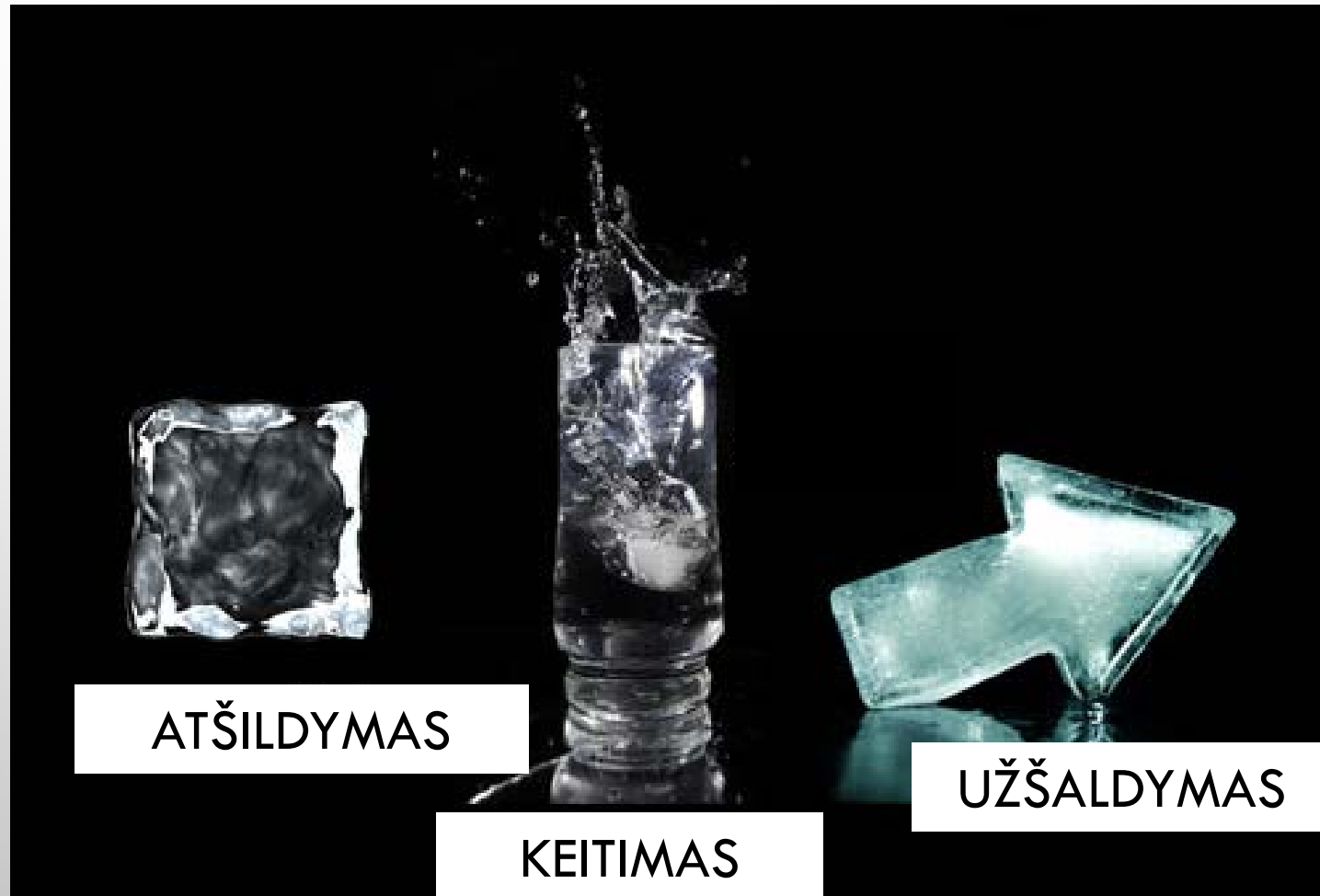
V – Vizija

F – Veiksmas (first steps)

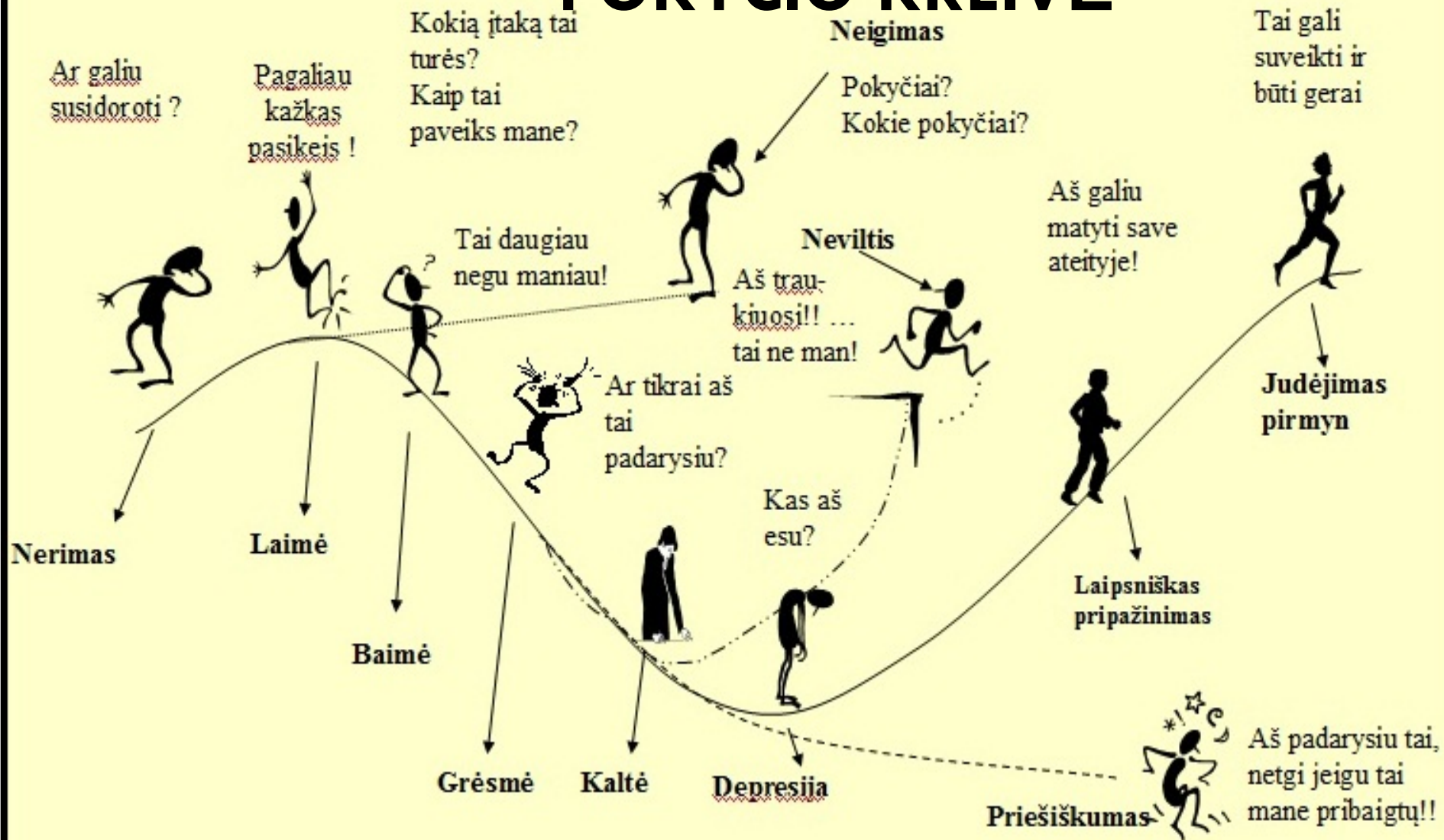
R – Pasipriešinimas (resistance)

POKYČIO VALDYMAS

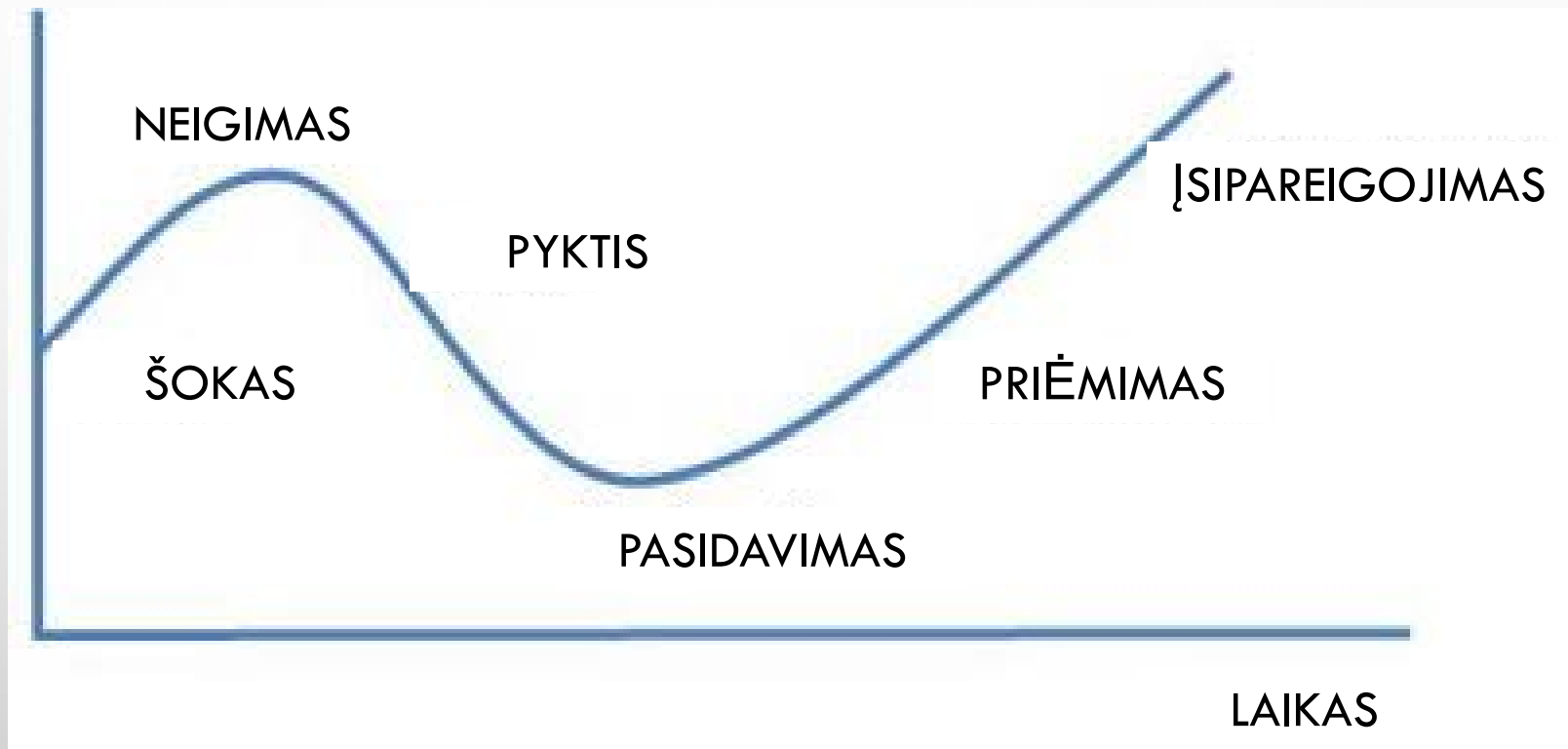
(LEWIN'Ų POKYČIŲ VALDYMO MODELIS)



POKYČIO KREIVĖ



ASMENS KAITOS KREIVĖ



DARBO GRUPĖS

- KOKIOS? KIEK?
- KAIP JAS SUFORMUOTI?
- KAIP DELEGUOTI UŽDUOTIS?
- VISŲ DALININKŲ INTERESAI... 😊 😞 😊
- **KAIP JIE SKATINAMI? KAIP UŽ TAI BUS ATLYGINAMA?**

The background of the slide is a light gray gradient, decorated with numerous realistic water droplets of various sizes. Some droplets are large and prominent, while others are small and scattered. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance.

**O KAIP PASAKYSIME KITIEMS,
KAD SUAUGUSIŲJŲ MOKYMAS
KEISIS / KEIČIASI???**

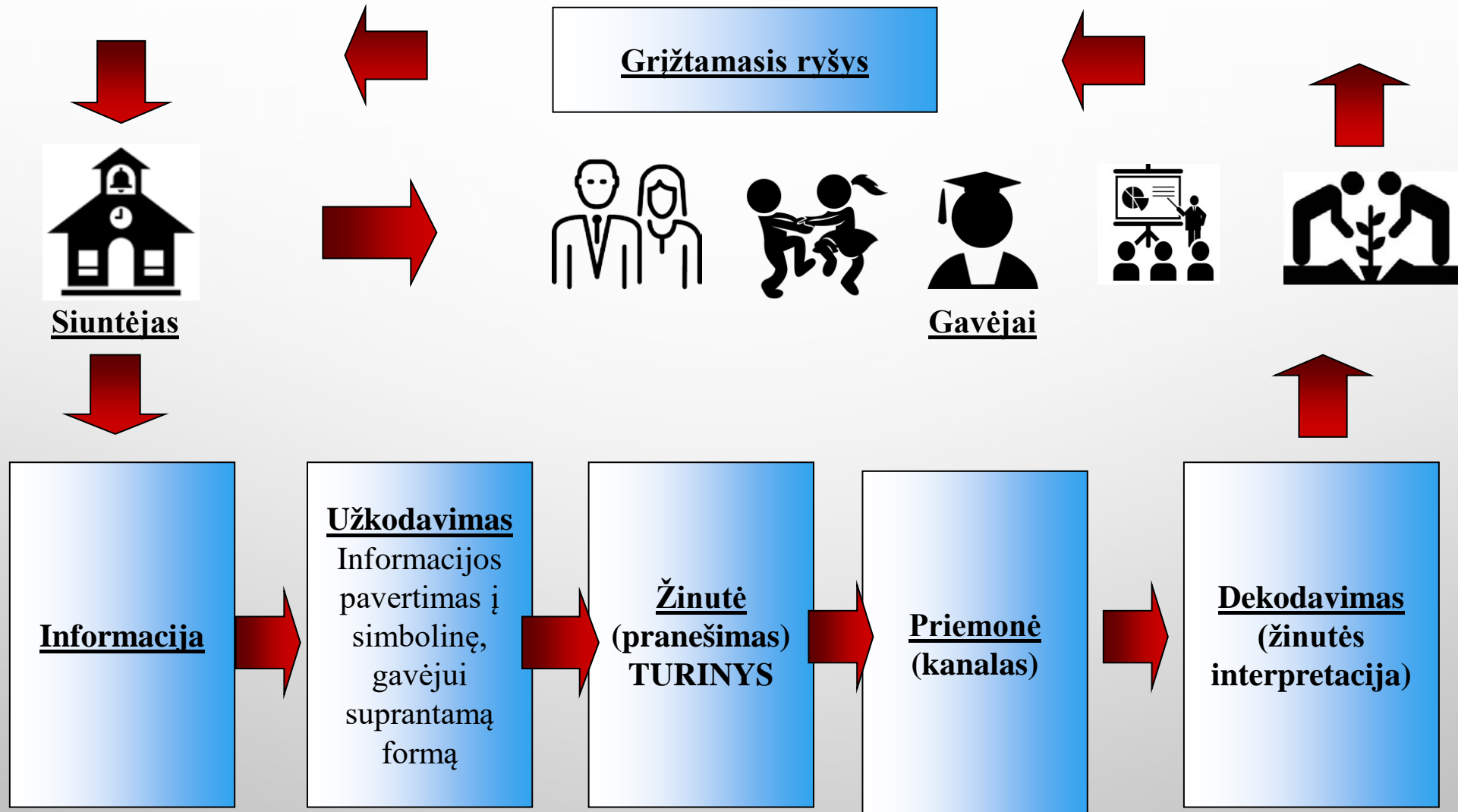
KOMUNIKACIJA TEORIŠKAI... 😊

- KOMUNIKACIJOS TIKSLAS PLAČIAJA IR SIAURAJA PRASME – KĄ NORIME PASAKYTI?

Vertybės, dėmė įvairiuose kanaluose

- AUDITORIJOS PAŽINIMAS – KAS JIE?

SĖKMINGA KOMUNIKACIJA



KOMUNIKACINIAI SPRENDIMAI

TURINYS



Ką pasakome?
Kaip pasakome?

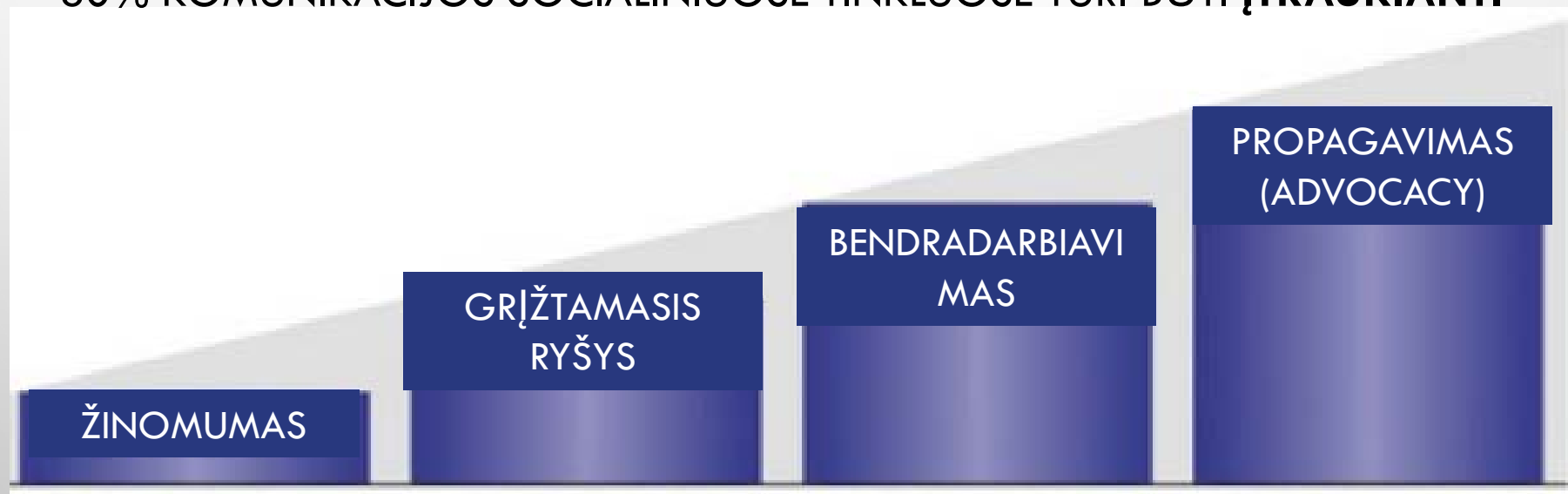
TECHNOLOGIJA



Kaip apipavidaliname?
Kaip pateikiame?

SOCIALINIŲ TINKLŲ GALIMYBĖS

80% KOMUNIKACIJOS SOCIALINIUOSE TINKLUOSE TURI BŪTI ĮTRAUKIANTI



Informaciniai
pranešimai
Praminimai
Sveikinimai

„Like“
Komentarai
Apklausanos

Atsakymai į
klausimus
Tematinės
diskusijos

Žinučių sklaida
Dalijimasis

KOMUNIKACIJOS PARADIGMŲ KAITA

Sena paradigma

Informacijos siuntimas

Reakcija

Lojalūs klientai

Viliojantys pažadai

Pasyvūs klientai

Nauja paradigma

Dialogas

Sąveika

Įsitraukę klientai

Personalizuotas pasiūlymas

Klientai-kūrėjai

„TURINYS YRA KARALIUS“

- AR TURINYS SUDOMINA AUDITORIJA?
- AR IŠLIEKA JOS ATMINTYJE?
- AR LENGVAI ATPAŽŪSTAMAS?
- AR NORIME JUO DALINTIS SU KITAIS, KOMENTUOTI, PILDYTI?

...O GAL KARALIUS YRA NUOGAS?



A I D A

PRINCIPAS

KOMUNIKACIJOJE

- A – attention (atkreipti dėmesį)
- I – interest (sukelti susidomėjimą)
- D – desire (sužadinti norą/troškimą)
- A –action (paskatinti veiksmą)

Pagrindinės sudominimo taisyklės

- 1. ŽINUTĖS VEIKĖJAS – ASMUO, KURIAM
JI SKIRTA!**
- 2. AIŠKIOS NAUDOS JAM!**
- 3. SITUACIJOS APIE JĮ, IŠ JO GYVENIMO!**

ŽINUTĖS VEIKĖJAS – ASMUO, KURIAM JI SKIRTA!

Žmonės mėgsta skaityti istorijas, ypač, kai tos
istorijos yra apie **JUOS...**



SITUACIJOS APIE ASMENĮ, KURIAM SKIRTA ŽINUTĖ

“TAKAS LINK ALTORIAUS, NUŠVIESTAS ŽVAKIŲ LIEPSNELĖMIS,
IŠPUOŠTAS KASPINAIS IR GYVOMIS GĖLĖMIS... SANTUOKOS
CEREMONIJA, GIEDANT MĖGSTAMIAUSIEMS SOLISTAMS... IŠEINANT IŠ
BAŽNYČIOS ANT JŪSŲ GALVŲ PABYRA ROŽIŲ ŽIEDLAPIAI, O ŽINIĄ
APIE SUKURTĄ ŠEIMĄ PRANEŠA Į DANGŲ PALEISTI BALTI BALANDŽIAI...
PO TO – ŽIRGAIS KINKYTOS KARIETOS AR PRAŠMATNŪS LIMUZINAI IR
JŪSŲ LAUKIANTI POKYLIO VIETA... GAL TAI BUS VERKIŲ RŪMAI, O GAL
– MAŽA, ŠILTUS PRISIMINIMUS KELIANTI KAVINUKĖ... O GAL JŪSŲ
LAUKIA VESTUVIŲ PUOTA ANT JŪROS KRANTO AR EŽERĄ
SKRODŽIANČIOJE JACHTOJE? NAKTIES TYLOJE SKAMBANT JŪSŲ
MEILĖS DAINAI - PRAŽYSTA LINKĖJIMŲ MEDIS, O DANGUJE SUŽIBA
JUDVIEJŲ ŽVAIGŽDYNAS...”

AIŠKIOS NAUDOS AUDITORIJAI!

CHA-NA
principas

NEVARDINKITE CHARAKTERISTIKŲ!

„Išversti“ **CHA**rakteristikas ir faktus į
NAUDOS kalbą

CHA-NA

Kas man iš to?



CHAarakteristika

**(dėmesys prekei, jos
charakteristikoms)**

Įsivaizduokit, “Masco”
žiūronų didinimo geba –
nuo 3 iki 12!

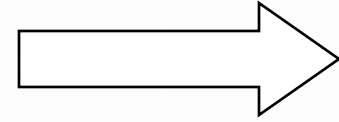
Kas man iš to?

NAuda

**(dėmesys klientui,
nauda jam)**

Su “Masco” žiūronais jūs
galėsite stebėti už 900 m.
tupintį žvirblį ir matyti jo
akytes mirksint.

~~Mēs~~



Jūs

~~Mūsū~~



Jūsū

~~Mums~~



Jums

~~Mūs~~



Jūs

The image features a light gray background with a subtle gradient. In the top-left and bottom-right corners, there are several realistic water droplets of various sizes, rendered with soft shadows and highlights to give them a three-dimensional appearance. The text is centered in the middle of the page.

KO REIKĖTŲ VENGTI?

1. NUOBODŽIŲ APIBŪDINIMŲ AR SKAIČIŲ

2018 M. SAUSIO 18 D. MŪSŲ DIREKTORĖ
DALYVAVO SEMINARE



2. “MES” AKCENTAVIMO

MŪSŲ ORGANIZACIJOJE LANKĖSI...

Mūsų organizacija pasirašė
bendradarbiavimo sutartį su...



EMOCIJAI KURTI – VAIZDAI, VAIZDAI, VAIZDAI 😊 „VEIKSMO“ NUOTRAUKOS

- LAIMINGI VAIKAI
- AKIMIRKOS IŠ ARTI
- VEIKSMAS

TĖVŲ SUTIKIMAS

VANDENS ŽENKLAI (MOKYKLOS LOGO/ PAVADINIMAS/WWW
ADRESAS...)

DAŽNAI DAROME TAIP:



AR NE GERIAU TAIP?



ARBA TAIP?..☺

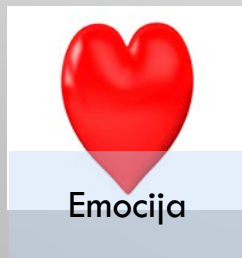


ARBA TAIP?..☺



DAŽNIAUSIAI KOMUNIKACIJOJE MŪSŲ KOMFORTO ZONA YRA ČIA...

- RACIONALIAI KALBĖTI PAPERASČIAU IR
ĮPRASČIAU
- TAIP KALBĖDAMI NERIZIKUOJAME
- NUOLAT LIEKAME SAVO KOMFORTO
ZONOJE
- TODĖL NENUTINKA NIEKO BLOGO, BET...
IR NIEKO GERO



VS



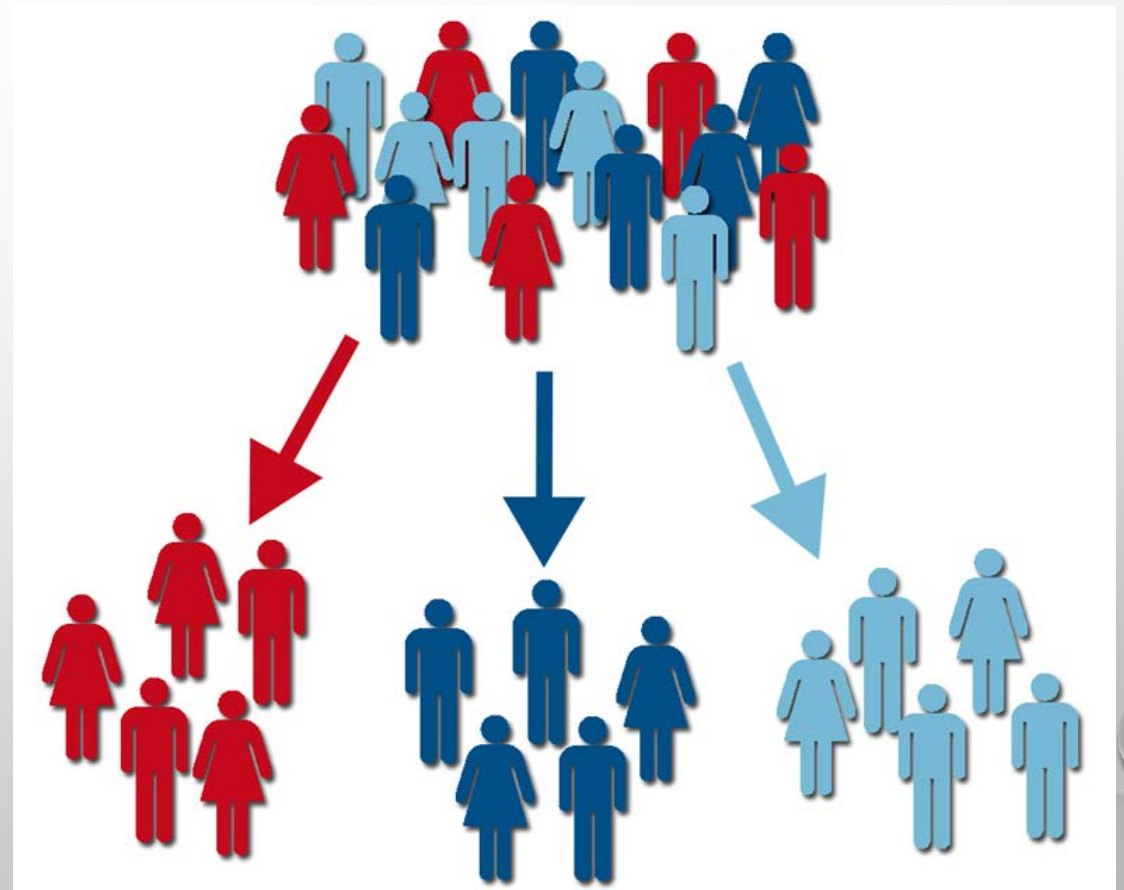
„PROTINGA“,
Informatyvi žinutė

ŠIANDIEN AŠ...
ŠIANDIEN MAN...

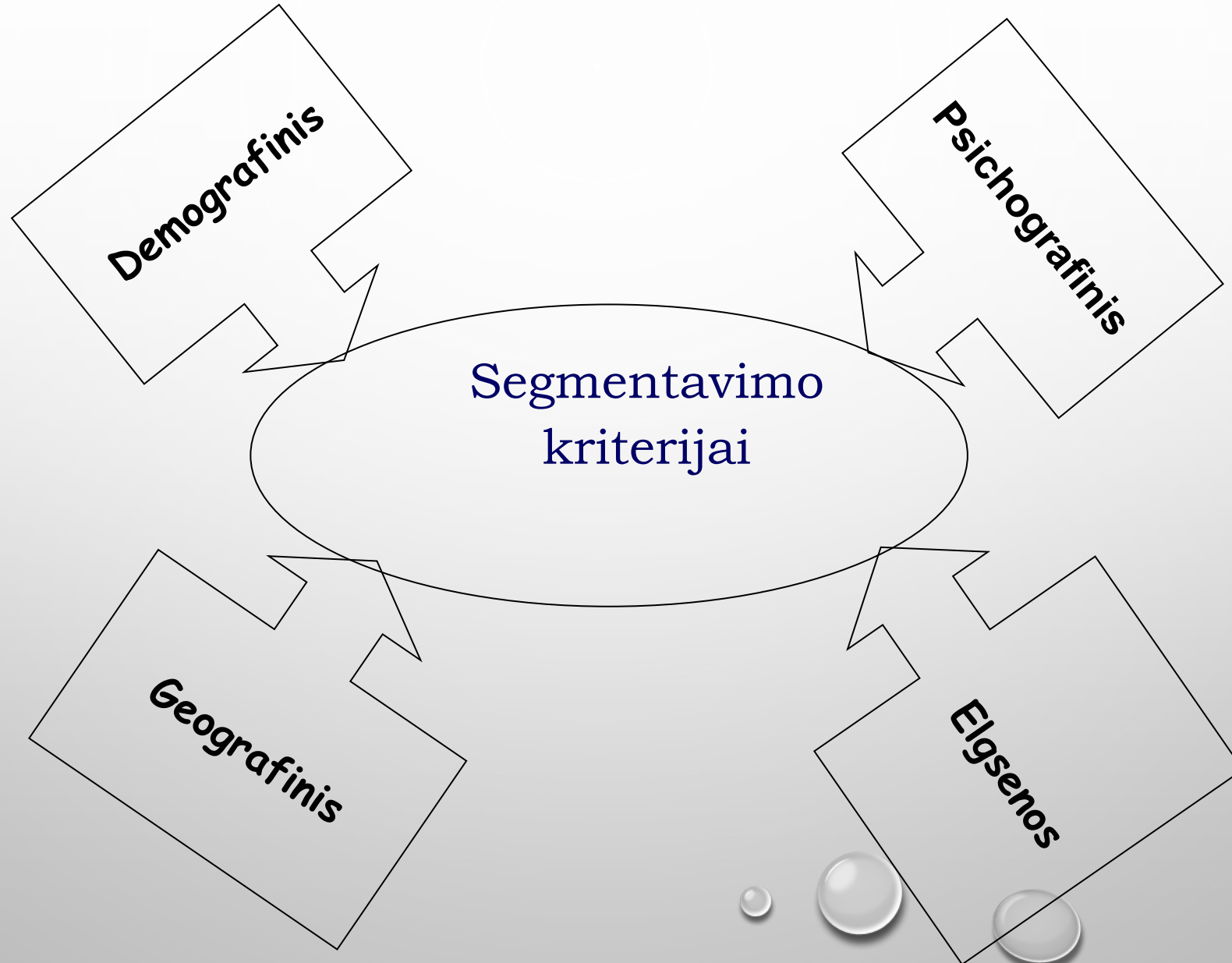


KLIENTŲ PROFILIS – KAS JIE?

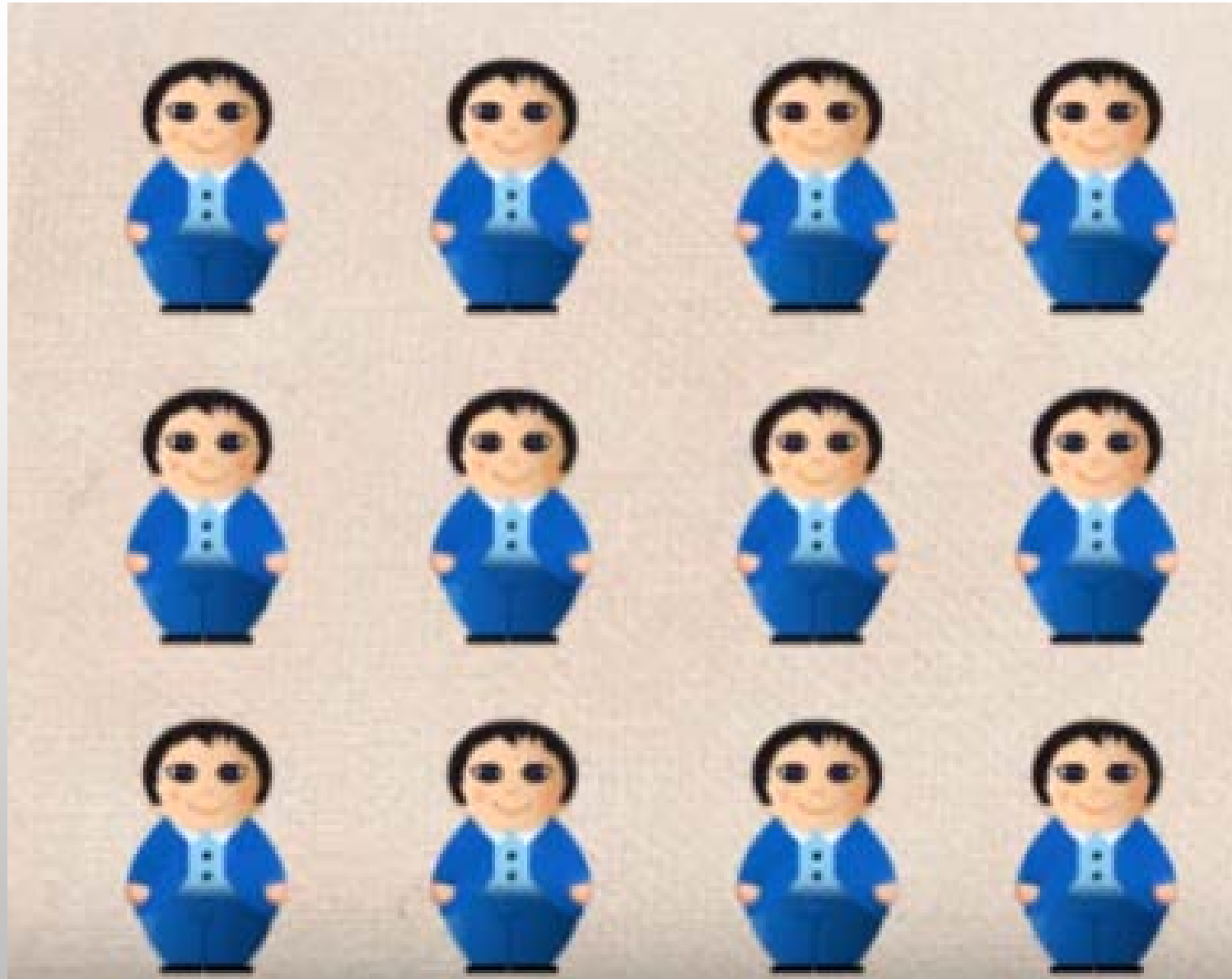
- SAŖAŠAS (VISŲ)
- KATEGORIJOS
- PRIORITETAI



KATEGORIZAVIMO KRITERIJAI

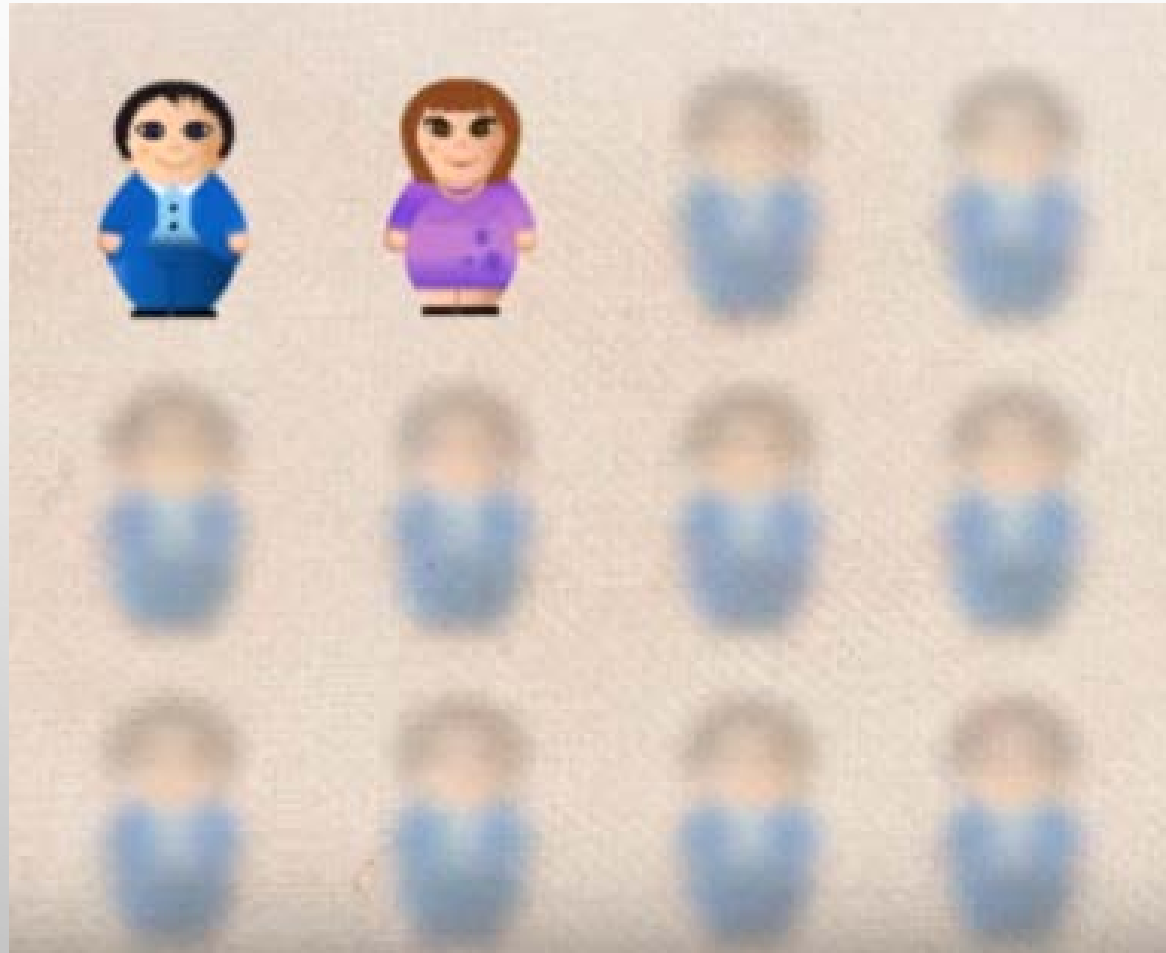


DEMOGRAFINIS segmentavimas



DEMOGRAFINIS SEGMENTAVIMAS

➤ LYTIS



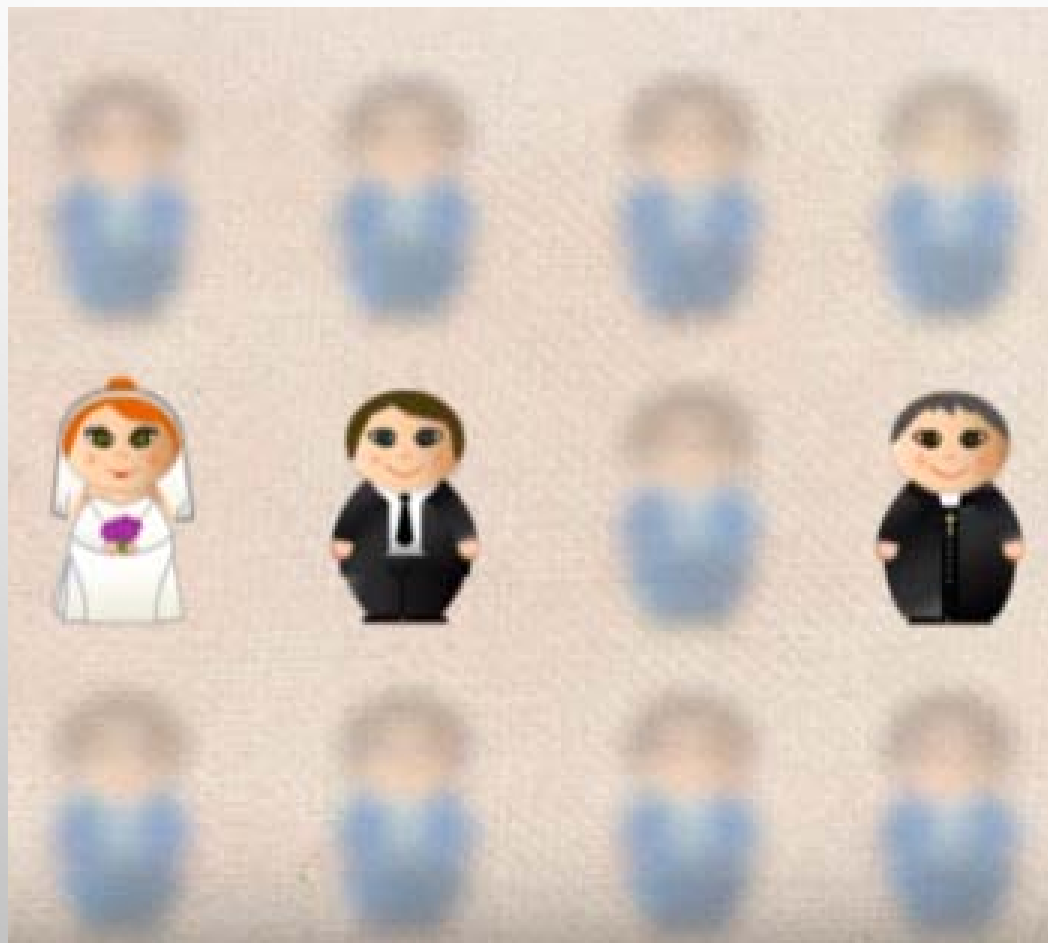
DEMOGRAFINIS SEGMENTAVIMAS

➤ Amžius



DEMOGRAFINIS SEGMENTAVIMAS

- Šeimyninė padėtis, religija



DEMOGRAFINIS SEGMENTAVIMAS

➤ Šeimos sudėtis



SEGMENTAVIMAS PAGAL ELGSENĄ: MOKYMOSI DAŽNUMAS



L	M	K	J	V	S	D
X	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	X	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



L	M	K	J	V	S	D
X	X	X	X	X	X	X
X	X	X	X	12	13	14
15	16	X	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



SEGMENTAVIMAS PAGAL ELGSENĄ: MOKYMOSI SITUACIJOS

- „IŠ MANĖS REIKALAUJA“
- „TAI MANO SRITIS, NORIU GILINTIS“
- NORIU IŠBANDYTI KAŽKĄ NAUJA
- NETURIU KĄ VEIKTI
- NORIU BŪTI....?

PSICHOGRAFINIS SEGMENTAVIMAS

- Gyvenimo būdas, vertybės, pomėgiai, laisvalaikis, įsitikinimai, asmens savybės, nauda...



Segmentuoti klientus reikia pagal tai,
„**KO JIE NORI**“, o ne „**KAS JIE YRA**“

