

.....

# PARDAVIMŲ FORMULĖ

.....

**2026 KONFERENCIJOS  
PROGRAMA**



.....

# PARDAVIMŲ FORMULĖ

.....

Sveiki atvykę į „Pardavimų formulę“!

Tai konferencija tiems, kurie jaučia, kad senos pardavimų taisyklės tyliai byra, o naujos dar tik kuriamos. Šiomet kalbėsime ne tik apie DI įrankius, įtaką, kūrybiškumą ar pasitikėjimą. Kalbėsime apie daug gilesnį klausimą - kaip parduoti pasaulyje, kuriame klientai nebenori, kad jiems „parduotume“, kuriame dėmesys trumpėja, o konkurencija vyksta ne tik tarp produktų, bet ir tarp idėjų, drąsos bei gebėjimo išlikti įdomiems. Tai temos, kurios provokuoja permąstyti ne tik tai, ką darome, bet ir kaip galvojame apie pardavimus apskritai.

Tačiau svarbiausia šios konferencijos dalis esate jūs. Ne tik pranešėjai, bet ir žmonės salėje – su savo klausimais, abejonėmis, patirtimis ir istorijomis. Didžiausia vertė dažnai gimsta ne scenoje, o tarp sesijų: pokalbiuose prie kavos, netikėtuose ginčuose, pasidalinimuose tuo, kas suveikė... arba nesuveikė. Ne tik klausytis, bet ir būti smalsiais, provokuoti vieni kitus, dalintis, klausti ir leisti sau permąstyti tai, kas atrodė savaime suprantama. Nes pardavimai šiandien tampa ne formulių kartojimu, o gebėjimu mokytis greičiau už besikeičiantį pasaulį.

# AKTUALI INFORMACIJA

Ar esate pasiruošę didžiausiai pardavimų konferencijai Lietuvoje!?  
Iki jo laiko liko jau visai nedaug, tad susipažinkite su svarbia informacija dalyviui...



## Bilietas

**Nepamirškite savo bilieto, geros nuotaikos bei noro dalytis savo mintimis,**  
o mūsų komanda padės jums greitai užsiregistruoti.

Turėkite bilietą – elektroninį ar atspausdintą pateikite registracijoje. Apmokėjus savo registraciją, prisijungimą parsisiųsti dalyvio bilietą (-us) kartu su PVM s/f jau turėjote gauti (patikrinkite ir savo „šiuokšliadėžę“). Jei vis tik bilieto negavote, būtinai susisiekite su mumis tel. +370 615 18868.



## Vieta

**COMPENSA koncertų salė Kernavės g. 84, Vilnius**

Turime prašymą, jei dalyvausite kartu su komanda: pakvieskite kolegas vykti kartu grupėje – mažiau apkrausime parkavimo aikšteles ir kartu tausosime gamtą.

**Aplink COMPENSA koncertų salę visos automobilių stovėjimo aikštelės mokamos, pasirinkite jums patogiausią parkavimo zoną jūsų automobiliui, o, jeigu turite galimybę, rekomenduojame atvykti be automobilio.**



## Dalyvių registracija

**Dalyvių registracijos pradžia renginio dieną 7:30 val.**

Kviečiame atvykti anksti ryte, kad išvengtumėte registracijos eilių ir užsiimtumėte pačias geriausias vietas.

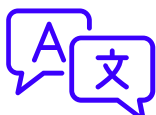


## Kavos pertraukos ir pietūs

Compensa virtuvės šefai dalyvius kvies vaišintis saldžiais užkandžiais kavos pertraukų metu, o partneris IKEA kartu su Compensa paruos gardžius ir išskirtinius pietus **MID** kategorijos dalyviams.

**MIN** kategorijos dalyviai galės rinktis iš plataus maisto furgonėlių siūlomo pietų asortimento įrengtame kiemelyje, lauke.

Visos dienos metu dalyviai galės mėgautis gardžia KAVOS DRAUGAS kava, MILKA saldumynais, MAGIJA glaištytais varškės sūreliais, DIONE bei KAR KAR ledais, BROLIŲ MEDUS vaisių sulčių guminukais, gaiviais BRITE energetiniais gėrimais bei Akvilė stalo vandeniu.



## Vertimas jūsų telefone

**Android ir iOS įrenginiams.**

Norėdami klausyti vertimo, parsisiųskite INTERACTIO programėlę bei su savimi turėkite ausines.



Detalesnę informaciją, kaip prisijungti - suteiksime konferencijos metu.



## NE KŪRYBIŠKUMAS YRA PROBLEMA, BET TU! KŪRYBINGŲ PARDAVĖJŲ MITAS.

Pardavėjai sako esą kūrybingi... kol netenka iš naujo permąstyti, kaip jie parduoda, įtikina ar konkuruoja. Daugumai pardavėjų netrūksta idėjų, jiems trūksta drąsos jomis naudotis. Kaip leisti „pavojingai“ drąsioms idėjoms skleistis?



## KAIP VARTOSIME RYTOJ? KĄ SAKO BESIKEIČIANTI RINKA

Kaip Lietuvos ekonomiką veikia basikeičianti globali pusiausvyra, kokį ekonominį spaudimą patiria pirkėjas ir kaip tai paveiks rinką bei užsakymų srautus? Apie tai ar galime rasti ekonominę apibrėžtumą ir kryptį pokyčių metu.



## PARDAVIMAI GIMSTA TEN, KUR KITI BIJO PAJUOKAUTI.

Kaip kontekstas, ironija ir drąsa sukuria dėmesį, kurio neįmanoma nusipirkti? Dauguma pardavimo žinučių yra labai „teisingos“, todėl tampa nematomos. Kodėl humoro, ironijos ir provokacijos vengimas kainuoja daugiau nei viena nesėkminga kampanija ir kaip išmokti jausti ribą tarp „per daug“ ir „būtent tai“.



## NEBEGALIOJA PARDAVIMŲ TAISYKLĖS, PAGAL KURIAS BUVOME ĮPRATĘ ŽAIŠTI. KAS LAUKIA HORIZONTE UŽ SLYPINČIO LŪŽIO?

Klasikinis pardavimų pasaulis byra tyliai, bet negrįžtamai. Technologijos, žmonių elgsena ir lūkesčiai nurašė senąją tvarką itin greitai ir taip pat greitai mes vis bandome ją susigrąžinti. Kaip pardavėjams nusimesti pasenusias žaidimo taisykles ir būti pasiruošus realybei, kuri nelaukia nė sekundės?

.....  
**PARDAVIMŲ  
FORMULĖ**  
.....



**MARTIN NEWMAN**  
Pasaulinis klientų patirties  
ir aptarnavimo ekspertas

## MOKYK. LINKSMINK. ĮTRAUK. ARBA PRARASI.

Produktai klientų nebežavi. Juos žavi patirtys, kurios išmoko, pralinksmina ir priverčia įsitraukti. Kaip lengvai perprasti tris esmines taisykles, kurias turi išmokti kiekvienas pardavėjas, norėdamas paskatinti klientų lojalumą pasaulyje, kuriame dėmesys tirpsta greičiau nei bet kada?



**VYTAUTAS MIKULĖNAS**  
Leansales.tech įkūrėjas,  
DI pardavimų sistemų kūrėjas

## AI ĮRANKIAI KURIE BOOSTIN'A PARDAVIMUS

Kur turi būti jūsų fokusas, kad aktyvūs pardavimai augtų ir kokias DI priemones naudoti šiai akceleracijai pasiekti. Praktiniai pavyzdžiai efektyviai veikiančių DI įrankių, kurie didina efektyvumą, konkurencingumą ir spartina pardavimų procesus



**DARIUS CIBONIS**  
Pardavimų treneris,  
mokymų autorius

## CHALLENGER PARDAVIMAI ARBA KAIP PERIMTI KONTROLĘ POKALBIO METU?

Išgirsite vertės pardavimo taktikas, kurias taiko tik patys geriausi pardavėjai. Pabersiu patarimų ir istorijų apie tai, kaip užtikrintai valdyti pokalbio iniciatyvą, pritraukti kliento dėmesį ir parduoti vertę, kai kiti yra priversti ginti savo kainą.



**SIMONAS LISAUSKAS**  
LIETUVOS DRAUDIMAS  
valdybos pirmininkas



**SKIRMANTAS MACIUKAS**  
CIRCLE K vadovas  
Baltijos šalių



**ŽIVILĖ KROPAITĖ-BASIULĖ**  
Žurnalistė,  
renginių moderatore

## KĄ REIŠKIA DRĄSŪS SPRENDIMAI, KAI JŲ KAINA REPUTACIJA, ŽMONĖS IR PINIGAI?

DISKUSIJA: Pardavimuose ir augime drąsa dažnai painiojama su impulsyvumu ar agresija. Ši diskusija kviečia lyderius kalbėti apie tai, kaip atrodo apgalvota drąsa: kada verta eiti prieš rinką, prieš klientus ar net prieš savo komandą ir kaip atskirti drąsą nuo blogo sprendimo.



**TOMAS SAKRO**  
SAKRO.LT įkūrėjas,  
DI meno technologas, lektorius

## DI VAIZDO ĮRANKIAI, KURIE KEIČIA ŽAIDIMO TAISYKLES: KĄ IR KAIP NAUDOTI?

Video tapo galingiausia pardavimo forma, bet iki šiol buvo per brangi ir lėta. Not anymore! Kaip DI leidžia kurti, testuoti ir adaptuoti vaizdo medžiagą tokiu masteliu, kuris anksčiau buvo net neįmanomas. Viskas praktiškai!



**DR. IEVA MARTINAITYTĖ**  
CREATIVITY LAB įkūrėja ir  
kūrybiškumo trenerė,  
ISM universiteto profesorė

## JEI NETURITE LAIKO NUOBODŽIAUTI, NETAPSITE GERESNIU.

Kodėl kūrybiškumas reikalauja tuštumos, svetimumo ir lėtų smegenų? Kūrybiškumas negimsta susitikimuose. Jis gimsta, kai protas turi erdvės klaidžioti, kai leidžiame sau būti „neproduktyvūs“, kai išeiname iš pažįstamos aplinkos ir kalbamės su tais, kurie galvoja kitaip. Kūrybiškumas – ne įrankis, o laikysena, kurią reikia praktikuoti. Ar kūrybiškumas paskutinis pardavėjų pranašumas?!





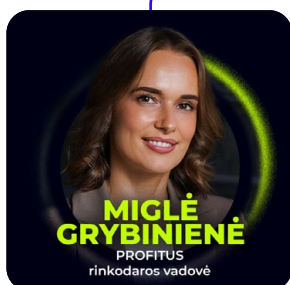
## IŠMANIOSIOS ĮTAKOS ERA: KAIP DI IR KŪRĖJAI IŠ NAUJO APIBRĖŠ PARDAVIMUS.

Pardavimų įtaka vis dažniau gimsta ne susitikimuose, o turinyje, algoritmuose ir kūrėjų auditorijose. Kaip DI ir kūrėjų ekonomika perrašo pardavimų kelią ir ką tai reiškia komandoms, kurios vis dar galvoja „funneliais“?



## 10 VIETŲ KUR DI BUS GALIMA PRITAIKYTI 2026 METAIS.

Apie konkrečius įrankius, kuriuos galima atsidaryti, paspausti ir naudoti. Šioje sesijoje - 10 realių DI sprendimų, parodančių, kaip atrodo pardavimų darbas, kai dalį jo perimate ne jūs, o technologija. Tai sesija, kurioje norisi nusifotografuoti kiekvieną skaidrę.



## KODĖL SPRENDIMĄ MOKĖTI PINIGUS, VEIKIA PASITIKĖJIMAS IR ŽMONĖS?

Manote, kad pardavimus lemia kaina, vertė ir skaičiavimai? Jei taip būtų - geriausi pardavėjai būtų finansų analitikai! Ką sako tyrimai ir klientų patirtis ir kodėl net AI laikais klientai renkasi ne geriausią pasiūlymą, o žmogų?



## NESĖKMĖ NĖRA KLAIDA. KLAIDA – NEBANDYTI DAR KARTĄ.

Augimas gimsta ne iš planų, o iš žaidimo. Bandai. Susimauni. Juokiesi. Bandai dar kartą. Verslas – žaidimų aikštelė, vieta, kur galima lakstyti be instrukcijų, laužyti idėjas ir mėgautis procesu. Pokalbis apie drąsą žaisti be (?) saugiklių.



## NAUJOJI ĮTAKOS ERA: PERGALĖ, KAI VISKAS NUOLAT KEIČIASI.

Klientai nebe „vartoja“ žinučių. Jie filtruoja, ignoroja ir patys nusipiešia savo informacijos pasaulį. Kaip artimiausiais metais keisis pasitikėjimas, tapatybė ir komunikacija, ir kaip įtraukti klientus taip, kad pardavėjų balsas būtų girdimas ir reikšmingas, užuot dingęs triukšme?





**SHANNON JENKINS**

Pasitikėjimo ir komunikacijos tyrėja,  
Top 5% podcast'o pasaulyje  
RESONATE vedėja

## 5 BŪDAI KURTI PASITIKĖJIMĄ, KAI NIEKAS JAU NEBETIKI.

Pasitikėjimui pasaulyje pasiekus žemumas, o skepticizmui augant kasdien, pardavėjams tenka mokytis bendrauti kitaip. Shannon atskleidžia penkis pasitikėjimo „akceleratorius“, nuo drąsios netobulumo demonstracijos iki tikro klausymosi, kurie abejonę paverčia pasitikėjimu ir lojalumu.



**LINAS KONTRIMAS**

VU Komunikacijos fakulteto lektorius,  
Politikos komunikacijos tyrimų  
centro vadovas

## AR PARDUODATE TIK JŪS? ARBA APIE TAI KO, GALIMA IŠMOKTI IŠ POLITIKŲ KALBŲ?

Kaip komunikuoja valdžios atstovai: kokios žinutės kuria pasitikėjimą, o kurios tolina. Kaip laviruojama tarp vertės ir pasirodymo, kurie žodžiai įsimena, kai kitų net negirdime. Apie tai, kad pastebėjus komunikacijos modelį, jo atmatyti jau nebegalime, nebent...



**KAROLIS RIMKUS**

CAPTION įkūrėjas, socialinės medijos  
marketingo ekspertas

## IR..?

Autentiškumas socialiniuose tinkluose: kaip mes post'iname šablonais, o sekame tuos kurie tiki, kad yra įdomūs. Ką galvojame keldami post'us, o kas iš tikrųjų svarbu ir kodėl įdomus turinys dar nėra sėkmės formulė? Apie nūdienos iššūkius socialinėje medijoje, detales kurios veikia ir..? Apie emocijas, kurios išties parduoda!



**ANDRIUS GRIGORJEVAS**

Semiotikos ir rinkodaros strategas,  
SYNTHESIS CONSULTING partneris

## KLIENTAS VISADA TEISUS!?

Dauguma sandorių žlunga ne dėl kainos ar konkurentų, o dėl kliento mąstymo rėmų. Pardavėjai remiasi tuo, ką klientai sako, tačiau sprendimus lemia įsitikinimai ir nusistovėjusios kategorijos. Ar tikrai klientas visada teisybės ir kaip perrašyti sprendimo logiką?



**AURIMAS VIETRINIS**

VAUMA mokymų agentūros įkūrėjas,  
verslo treneris, strategas

## KUR DINGSTA KLIENTAS POKALBIO METU?

Ar esate patyrę situaciją, kai klientas klausosi, linksi... ir vis tiek neperka? Problema dažnai slypi ne argumentuose, o tame, kad pokalbis vyksta ne toje „teritorijoje“. Autorinis Bendravimo teritorijų metodas TAJM (Tu–Aš–Jie–Mes) leidžia suprasti, kur dingsta kliento dėmesys ir kaip pokalbį perkelti į teritorijas, kuriose gimsta sprendimai ir vyksta pirkimas.



**ŽILVINAS BENIUŠIS**

Teatro režisierius, aktorius,  
GRAND PARTNERS

## SAŪMONINGAS PARDAVĖJAS: KAIP VIDINIS STEBĖTOJAS KEIČIA REZULTATĄ?



[WWW.PARDAVIMUFORMULE.LT](http://WWW.PARDAVIMUFORMULE.LT)