

Белановский Александр Сергеевич

НАСТОЛЬНАЯ КНИГА КОУЧА И БИЗНЕС-ТРЕНЕРА



Александр Белановский

**Настольная книга коуча
и бизнес-тренера. Как
стать тренером номер один**

«Издательские решения»

Белановский А.

Настольная книга коуча и бизнес-тренера. Как стать тренером
номер один / А. Белановский — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-938305-1

Онлайн-обучение — это один из главных трендов современного мира, востребованность которого растёт с каждым днём всё больше и больше. Если вы решили стать бизнес-тренером (коучем) и хотите обладать определёнными знаниями и информацией, позволяющими даже теоретически переводить других людей из точки «А» (неумение или слабое умение) в точку «В» (профессиональное умение), то эта книга предназначена именно для Вас.

ISBN 978-5-44-938305-1

© Белановский А.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Раздел 1:	8
Базовые основы тренингового бизнеса	8
Знакомство с целевой аудиторией	8
Чем отличаются тренинги от лекций, вебинаров и мастер-классов?	8
Как правильно построить в тренинге структуру теоретических блоков?	9
Создание авторской методики	10
Как сделать авторскую методику для коучинга	10
10 шагов создания тренинга по собственной авторской методике	12
Как создать структуру тренинга?	16
Личная эффективность тренера	20
Какими качествами и умениями должен обладать тренер?	20
Внешний вид тренера	21
Внутренняя и внешняя экспертность тренера	23
Как составить mind map и прокачать внутреннюю экспертность?	25
Как усилить внешнюю экспертность?	26
Как сделать своё выступление качественным, ярким и запоминающимся?	27
Методы воздействия на аудиторию во время тренинга	28
Конец ознакомительного фрагмента.	30

Настольная книга коуча и бизнес-тренера Как стать тренером номер один

Александр Белановский

Редактор Татьяна Леонидовна Васильева

© Александр Белановский, 2018

ISBN 978-5-4493-8305-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Уважаемый читатель!

Вы когда-нибудь задумывались над тем, насколько сегодняшняя Ваша деятельность будет востребована миром через 5—10 лет? А ведь именно в этом состоит суть увеличения и прогнозируемости Ваших личных доходов!

На сегодняшний день в мире существуют различные отрасли, одни из которых умирают, а другие, наоборот, набирают обороты. Одна из отраслей, растущая семимильными шагами – это онлайн-обучение. Если Вы до сих пор ещё не посвятили себя этой деятельности, то это означает, что Вы уже зарабатываете меньше, чем могли бы это делать.

Онлайн-обучение – это один из главных трендов современного мира, востребованность которого растёт с каждым днём всё больше и больше. По статистике, общий объём денег, проходящий через сервисы оплаты курсов обучения, составлял в 2014 году около 1—1,5 миллиардов рублей, а в 2017 году – около 12—15 миллиардов рублей. То есть всего за три года рынок обучающих курсов в интернете вырос в 10 раз! Самое интересное, что сегодня этот рост не останавливается и продолжает увеличиваться.

Задумайтесь, где Вы находитесь сегодня, и где окажитесь через 3-5-10 лет. Оцените, свои перспективы. Проанализируйте, насколько Ваша деятельность будет востребована миром уже завтра, в какую сторону Вы должны идти и какие знания должны получить для того, чтобы Ваши заработки выросли до небес.

Если сегодня Вы обычный фотограф, то начните обучать людей искусству фотографии. Если Вы работаете в системе управления, то начните обучать людей этой системе управления. Вот тогда Вы будете зарабатывать в десятки раз больше.

Окружающие люди всегда мечтают улучшить свою жизнь. Они хотят скорректировать свою фигуру, найти для себя вторую половинку, увеличить собственный бизнес, научиться какому-нибудь рукоделию и т. д. Для этого они заходят в интернет и начинают искать обучающие курсы на интересующую их тему. И вот тут именно Вы можете прийти им на помощь.

Но если сегодня Вас невозможно найти в интернете, то эти люди отдадут свои деньги кому-то другому, но не Вам! И кто-то другой сможет купить себе новый компьютер, сможет поехать в путешествие, сможет улучшить свои жилищные условия и т. д.

Если Вы решили стать бизнес-тренером (коучем) и хотите обладать определёнными знаниями и информацией, позволяющими Вам даже теоретически переводить других людей из точки «А» (неумение или слабое умение) в точку «В» (профессиональное умение), то эта книга предназначена именно для Вас.

Третья часть данного издания состоит из последовательных уроков, к каждому из которых даются задания. Если Вы добросовестно отнесётесь к выполнению этих заданий, то научитесь доводить других людей до результата независимо от того, в какой теме Вы являетесь специалистом на сегодняшний день.

В современном мире не существует единой схемы стандартизации коучей. И в жизни всегда встречаются люди, которые хуже Вас разбираются в Вашей теме, будь то личностный рост, здоровое питание, спорт, семейная жизнь, свадьба, музыка, межличностные отношения, экзотические блюда, вязание крючком и многое другое.

Именно для таких людей Вы и можете стать учителем (коучем, тренером), пусть и не сразу дорогим, и известным. Но это станет началом Вашего пути к заработку неприлично больших денег.

Система преподавания коучинга, изложенная в данной книге, кардинально отличается от других, так как не содержит в себе лишней «воды». Программа рассчитана на пошаговое изучение и последовательное выполнение всех уроков.

Совсем не обязательно ежедневно изучать по одному уроку, выполняя приложенные к нему задания. Вы можете делать задания одного урока в течение 2—3 дней, а можете и за один день пройти сразу несколько уроков. Однако выполнение заданий – обязательное условие. В противном случае простое прочтение книги не принесёт Вам желаемых результатов, и богатым коучем Вы так никогда и не станете.

Поэтому запаситесь терпением, приготовьте ручку и тетрадь для конспектирования представленных материалов и настройтесь на длительную, кропотливую, иногда не совсем комфортную работу, требующую определенных стараний, усилий и времени.

Если же Вы решите, что дополнительные записи Вам не нужны, и Вы обойдётесь и без конспектов, то в Вашей жизни наступит момент, когда Вас подведёт Ваша же память, либо Вы воспримите информацию совсем по-другому и не так, как нужно.

Но если Вы не только выполните все задания, но и сделаете соответствующие записи в своей тетради, то одновременно задействуете все виды своей памяти, что поспособствует лёгкому запоминанию изученного материала, который при необходимости Вы сможете воспроизвести в нужный момент.

Помимо этого, Вы сможете:

- чётко выстроить свою систему работы;
- выяснить правильность своих действий;
- устранить все свои недочёты и ошибки;
- зарабатывать неприлично большие деньги, занимаясь любимым делом.

Александр Белановский – бизнес-тренер по личностному росту и увеличению личных доходов, основатель и руководитель Тренингового центра BizMotiv. Сегодня его методики изучают сотни тысяч людей на всем русскоязычном пространстве. Телеканал «МИР» назвал Александра Белановского ведущим бизнес-тренером Рунета. Его материалы публикуют ведущие российские СМИ: «Аргументы и факты», «Ведомости», «1 канал», «Россия 24».

Более 10 000 руководителей предприятий малого бизнеса являются клиентами Александра Белановского, более 1000 из них регулярно обращаются к нему за консультацией. За все время своей работы Александр Белановский провел более 10 000 часов тренингов, семинаров, конференций, консультаций. Его технологиями воспользовались более 50 000 человек. За последние 5 лет они заработали более 200 миллионов рублей сверх основных своих доходов.

В написании данной книги автор выражает благодарность своему учителю и вдохновителю Андрею Парабеллуму, редактору и копирайтеру Татьяне Леонидовне Васильевой, которая является другом и помощницей на протяжении многих лет, а также всем участникам своих тренингов и мероприятий, которые внедряют эту информацию и увеличивают свои личные доходы.

Став обладателем данной книги, Вы по умолчанию становитесь участником акции «Доброta спасет мир». 50% денег, вырученных с продаж этой книги, будут направлены в поддержку добровольческого движения «Даниловцы», которое ориентировано на помощь детям и взрослым. Официальный сайт добровольческого движения «Даниловцы» <http://www.danilovcy.ru/>

Раздел 1: Основы тренингового бизнеса

Базовые основы тренингового бизнеса

Знакомство с целевой аудиторией

Если вы решили вести офлайн тренинги, то обратите особое внимание на то, как нужно правильно рассаживать своих слушателей в аудитории.

На разных тренингах рассаживайте людей по-разному: по кругу, буквой «П», рядами. Очень полезно, когда слушатели меняют своё место в течение тренинга. Почему?

Слева от вас всегда будут садиться люди, которые симпатизируют вам и любят вас. Такие слушатели всегда будут поддерживать вас во время тренинга. Напротив вас сядут те, кто будет готов к конструктивному общению. Такие люди открыты ко всему новому. А справа от вас усядутся «борцы за правду», которые будут постоянно с вами спорить, если вдруг вы скажете что-то не так, как они считают правильным.

Пересаживая людей с места на место, вы меняете их состояние. На новом месте люди начинают воспринимать вас совсем по-другому, нежели на том месте, где они сидели первоначально.

Проводя онлайн тренинги, вы не можете заставить своих слушателей сесть от вас с той или иной стороны, но можете сами сесть перед камерой так, как считаете нужным. Таким образом, не имея возможности влиять на рассаживание онлайн аудитории, вы можете повернуться к экрану нужной стороной.

Для того чтобы слушатели лучше воспринимали вас, не сидите перед камерой или аудиторией статично. Старайтесь постоянно двигаться: шаг влево, шаг вправо, шаг вперёд, шаг назад.

Во время прохождения любого тренинга слушателям приходится выходить за пределы своей зоны комфорта. Естественно, что они делают это через какое-то своё сопротивление. Поэтому, знакомясь с аудиторией, определите, какие ценности есть у ваших слушателей.

Зная ценности своей аудитории, вы всегда сможете апеллировать ими для того, чтобы влиять на целевую аудиторию и мотивировать её. Ведь сам по себе результат мало кого мотивирует.

Учитесь узнавать ценности своей целевой аудитории, если вы хотите:

- пользоваться успехом у своей целевой аудитории;
- стать признанным звёздным экспертом, тренером, коучем, которым все будут восхищаться;
- приносить пользу обществу;
- зарабатывать деньги, которые люди будут приносить вам с большим удовольствием.

Чем отличаются тренинги от лекций, вебинаров и мастер-классов?

Тренингом может называться любая лекция, мастер-класс, интенсив, кастомарафон, обучающий курс.

По длительности тренинги могут быть 2—3 часовыми (мастер-классы), 1—3 дневными (простые тренинги), 5—10 дневными (интенсивы), несколько недельными или месячными (обучающие курсы).

По информативности тренинги делятся на лекции, семинары, вебинары или кастоматроны (только теория), мастер-классы (теория + практика), тренинги (теория + практика + домашние задания).

*С точки зрения продаж
лучше всего продаётся слово «тренинг».*

Поэтому тренингом вы можете назвать любое своё мероприятие.

Как правильно построить в тренинге структуру теоретических блоков?

При построении структуры теоретических блоков необходимо соблюдать несколько правил.

Правило 1: 1 блок – это 1 мысль

Предположим, что вы ведёте тренинг по снижению лишнего веса, первый блок которого посвящён правильному питанию. Это означает, что на протяжении всего блока вы говорите только о продуктах и их калорийности, а далее даёте слушателям домашнее задание на подсчёт калорий.

Правило 2: Рассказывая теорию, переходите от простого к сложному

Сначала дайте людям фундаментальные основы и базу и только потом переходите к чему-то остальному, более сложному.

Правило 3: Рассказывая теорию, переходите от общего к частному

Предположим, что вы ведёте всё тот же тренинг по снижению лишнего веса. Каким образом вы можете перейти от общей информации к частной? Например,

– Для того чтобы вы смогли похудеть, необходимо уменьшить количество потребляемой пищи. Почему? Потому что за счёт лишней еды выделяется лишняя энергия, которую организм не успевает перерабатывать. В результате не переработанная энергия откладывается в виде жировых прослоек. Энергия измеряется калориями.

Правило 4: Свою речь стройте в зависимости от количества участников тренинга

Если в аудитории присутствует до 10 человек, то вы можете говорить профессиональным языком. Если ваше выступление слушают от 10 до 100 человек, то говорите так, чтобы было понятно даже 15 летним подросткам, при этом вставляя в свою речь вкрапления профессиональных терминов. Если в аудитории присутствует от 100 до 1000 человек, то говорите так, чтобы было понятно 12 летним детям. Если же в аудитории находится более 1000 человек, то ваша речь должна быть понятна 10 летним детям.

Чем более массовые программы вы ведёте, тем больше говорите простыми и понятными всеми фразами.

Правило 5: Теоретический блок должен логически

подойти к домашним заданиям

Задача тренера – заинтересовать слушателей теоретической частью так, чтобы они сами захотели получить домашние задания и захотели их выполнить.

Ваша теория должна и подводить людей к выполнению домашних заданий, и заинтересовывать их. Давая информацию своим слушателям, чуть-чуть недоговаривайте, чтобы ответ на главный вопрос в блоке остался в самом домашнем задании.

Правило 6: Тренер должен иллюстрировать теоретический блок графикой

Правило 7: В теоретическом блоке тренер должен приводить примеры и рассказывать кейсы

Создание авторской методики

Создание авторской методики состоит из двух этапов.

На первом этапе прочитайте, изучите и законспектируйте не менее 3—5 самых популярных книг по своей и рядом стоящим темам. Если у вас есть возможность, то пересмотрите, изучите и законспектируйте 10 тренингов конкурентов, которые продают то же самое, что и вы.

Конспекты сделайте в виде mind map.

В конечном итоге у вас получится фактически полный объем информации, имеющейся на сегодняшний день по вашей теме.

Далее из всей полученной информации уберите лишнюю «воду», а оставшуюся часть систематизируйте по принципу «от А до Я», или от простого к сложному, или от начальных шагов до профессионализма. Таким образом, вы получите собственную авторскую методику.

На изучение книг и тренингов вам потребуется примерно семь дней.

Однако для создания авторской методики недостаточно просто составить mind map. Поэтому вторым этапом будет служить продуманная вами пошаговая система действий, которая приведёт к результату абсолютно любого человека. Данную пошаговую систему действий продумайте на основе уже имеющейся у вас ментальной карты.

Вас не должен беспокоить тот факт, что вы будете предоставлять людям информацию, которую кто-то уже даёт. Почему? Потому что на сегодняшний день в мире существует очень мало абсолютно новой информации. В 99% случаев она уже придумана кем-то ранее.

Если вы считаете, что хитрость, которую вы подсмотрели у кого-то, помогает достигать результатов, то смело включайте её в свою авторскую методику.

В результате вы получите пошаговую структуру, по которой поведёте людей из точки «А» в точку «В».

Однако если вы не прочтёте и не законспектируете по своей теме 3—5 книг, то у вас будут отсутствовать за плечами и правильная логика, и дополнительная информация, которую вы можете использовать для индивидуализации.

Любая авторская программа – это общие шаги. Для того чтобы такую специфику можно было внедрять, необходимо иметь возможность в нужный момент немного корректировать имеющуюся общую программу в зависимости от участников того или иного тренинга.

Обычно на создание авторской методики уходит от недели до двух месяцев.

Как сделать авторскую методику для коучинга

В коучинге люди обучаются тем знаниям, которые они хотят получить или которые им нужны на самом деле. Но, к сожалению, то, что хочется получить, не всегда совпадает с тем, что нужно.

Например, многие люди мечтают иметь белоснежные зубы и пользуются услугами стоматологических клиник. И в этом нет ничего плохого. Однако любой зубной врач скажет, что процедура по отбеливанию зубов достаточно вредна, так как она разрушает зубную эмаль. Но, к сожалению, это не останавливает тех, кто хочет заполнить белоснежную улыбку.

Что же на самом деле нужно делать для того, чтобы не нанести вред своему здоровью и радоваться красотой своих зубов?

- Осознать, что единоразовая процедура принесёт лишь временный результат
- Сменить свой рацион питания и отказаться от вредной пищи и вредных напитков
- Заменить зубную щётку и зубную пасту более эффективными
- Чистить зубы утром и вечером
- Пользоваться ополаскивателем для рта
- Посещать стоматолога 2 раза в год

Именно таким образом человеческому «хочу» противоречит правильное и разумное слово «надо».

К сожалению, конфликты интересов возникают во всех областях, с которыми сталкивается человек.

Будучи специалистом в каком-то конкретном деле или какой-то конкретной области, вы прекрасно знаете, что должен делать человек для того, чтобы получить то, что он хочет. Но при этом сам человек, как правило, не желает делать то, что для этого нужно.

При составлении программы коучинга нужно чётко понимать, что коуч всегда работает на стыке интересов. Интерес коуча заключается в том, чтобы помочь своему клиенту достичь определённого результата за счёт нужных действий клиента. А клиент всегда будет желать быстрого получения конкретного результата за счёт тех действий, которые он действительно хочет делать.

При составлении системы обучения или при составлении авторской методики для коучинга всегда нужно помнить о конфликте интересов.

Также не забывайте и том, что к Вам на обучение будут приходить люди с разными точками старта. Кто-то придёт к Вам немного подготовленным, кто-то придёт совершенно «чистым» без определённых знаний, а кто-то придёт уже продвинутым.

Именно поэтому система обучения должна быть разбита на несколько блоков:

- для новичков;
- для тех, кто уже имеет какие-то базовые знания и навыки;
- для профессионалов;
- для экспертов, то есть тех, кто желает получить индивидуальную тонкую настройку.

Для того чтобы чётко обозначить свою авторскую методику или программу обучения перед своими будущими учениками и клиентами, необходимо понимать, что индивидуальная программа должна быть:

- разбита по степени подготовленности человека;
- построена по принципу «один блок вытекает из другого».

Блок для новичков должен заканчиваться переходом на новый базовый уровень. Базовый блок должен заканчиваться на вашей готовности помочь человеку стать профессионалом. Профессиональный блок должен заканчиваться на вашей готовности помочь человеку стать продвинутым и востребованным высокооплачиваемым экспертом.

Когда вы выберете тему, станете в ней профи и в теории, и в практике и будете готовы кого-то учить, то продумайте, а какие конкретные результаты Вы готовы дать в каждом отдельном блоке.

Откуда же берётся данная программа?

Для того чтобы ваша программа была действительно насыщенной, и для того чтобы вы ясно и чётко понимали, как нужно вести людей из точки «А» в точку «В» или обучать их индивидуально, прежде всего, станьте экспертом в той области, в которой вы хотите быть коучем.

В первую очередь стать экспертом вам помогут книги той темы, в которой вы взялись быть коучем. Перечитайте и законспектируйте максимальное их количество.

Во вторую очередь изучите чужие тренинги, касающиеся вашей темы, которые проводят те, у кого бы вы хотели учиться. Ваша задача – быть в курсе того, что делают другие люди, работающие в той же области, в которой хотите работать и вы.

В третью очередь изучите работы своих конкурентов.

Изучив книги, чужие тренинги и работы конкурентов, вы сможете уже через несколько недель прекрасно разбираться в той теме, в которой собираетесь продавать свой коучинг дорого, чтобы стать богатым коучем.

Что необходимо сделать для составления собственной программы?

Нужно на несколько дней погрузиться, как подводная лодка.

По максимуму ограничьте своё общение с внешней средой. Возьмите все книги, все записи со своих тренингов и все материалы, которые есть у ваших конкурентов, и из всего этого слепите авторскую методику, которая будет основана не только на общих данных, но и на вашем личном опыте.

Фактически у вас получится большая-большая программа, которая и станет программой вашего коучинга.

Люди, входящие в ваш коучинг, могут изначально входить в него с разными результатами в точке «А».

Предположим, что к вам пришёл человек, имеющий на сегодняшний день потребность продавать свои коучинги. Он может прийти с абсолютным нулём без клиентской базы и пиара в соцсетях, но при этом может иметь огромное желание коучить, помогать другим и быть для них индивидуальным учителем. И это будет нулевая точка «А».

Бывает, что в коучинг приходят люди уже с готовыми наработками, с личными методиками, клиентскими базами, соцсетями, но при этом им чего-то не хватает. И тогда ваша задача – серьёзно докрутить их программу, чтобы было понятно, откуда и куда они будут вести своих учеников, и какой конкретный результат они готовы будут им дать.

В любом случае ваши подходы к ученикам с разной начальной подготовкой должны помогать достижению желаемой ими точки «В».

10 шагов создания тренинга по собственной авторской методике

Авторская методика, созданная вами, может относиться к тренингу, обучающему курсу или коучингу.

Каким образом можно создать собственную авторскую методику?

1. Изучите рынок и правильно сформулируйте своё предложение

Наберите в Яндексе набор слов «курс по (название вашей темы)», или «тренинг (название вашей темы)», или «обучение (название вашей темы)». Например, «курс по снижению веса», «обучение коучингу», «тренинг продаж» и т. д.

Посмотрите, насыщен ли рынок подобными предложениями. Таких предложений должно быть больше двух страниц Яндекса. Если их больше 5 страниц, то это хорошо. Если больше 10 страниц, то отлично.

Возможно, что вы столкнётесь с ситуацией, что предложения, подобно вашему предложению, будут отсутствовать. Скорее всего, это будет связано с тем, что вы неправильно его сформулировали.

Когда сформулируете предложение правильно, перейдите по найденным ссылкам и посмотрите, что и по каким ценам предлагают ваши конкуренты. Возможно, что вы увидите странную вещь. Например, ваши конкуренты будут предлагать людям получить что-нибудь бесплатное или что-нибудь непонятное, либо цена таких предложений будет очень дорогая.

Что нужно предлагать?

- а). Индивидуальный коучинг
- б). Тренинг
- с). Обучающий курс

Цена предложения должна быть не ниже 5000 рублей.

Если вы решили создать методику на тему «Нейро-фотонные связи с галактикой» и при этом не нашли ни одной похожей ссылки в интернете, то это означает, что данная тема абсолютно никому не нужна. И не надейтесь, что, став первооткрывателем, вы заработаете кучу денег.

Чем больше предложений есть на рынке, тем более актуальной является тема и больше возможностей имеется для того, чтобы на ней заработать.

Рассказывает Александр Белановский:

– Недавно в индивидуальный коучинг ко мне пришла обучаться женщина с очень интересной темой, связанной с обучением пенсионеров. Когда мы вместе с ней зашли в Яндекс, чтобы посмотреть, занимается ли этим кто-нибудь ещё, то обнаружили, что подобных предложений существует множество, но все они бесплатные.

Ваша задача – понять, что рынок должен быть насыщен дорогими предложениями. Если дорогие предложения отсутствуют, то смените формулировку своей темы, то есть пересмотрите её название.

Далее найдите 10 прямых конкурентов (конкретные ФИО или названия организаций), которые предлагают свои предложения дорого.

2. Изучите свою тему и темы, рядом стоящие с ней

Если на сегодняшний день вы являетесь узко-знающим специалистом, то это не позволит вам получить много результатов от ваших учеников.

Из практики Александра Белановского:

«Одна моя знакомая похудела на 15 кг и решила обучать людей снижению веса. Я спросил у неё:

– А ты имеешь какое-нибудь медицинское образование? Изучала хотя бы основы медицины? Знаешь, как работает человеческий организм изнутри?

– Нет, мне это не надо, – ответила она. – Но я же похудела, значит, и другим помогу это сделать.

Однако на самом деле это не так. Почему? Потому что одни люди имеют повышенный вес на гормональном уровне. Другие постоянно нервничают из-за чего-то и заедают свои психологические проблемы едой, не отходя от холодильника даже ночью. Третьи ведут сидячий образ жизни и мало двигаются. И всем этим людям нужно помогать по-разному, ведь у них идут разные процессы, повышающие их вес.

Для того чтобы моя знакомая смогла качественно проводить свои тренинги или обучающие курсы, она должна знать и основы психологии, и основы физиологии, и основы диетологии. При этом ей необязательно быть мега специалистом во всех этих темах, но она должна прочитать хотя бы несколько книг по ним. Вот тогда она сможет помогать людям, снижая их вес».

Если вы умеете классно фотографировать, то это не значит, что вы уже можете обучать других людей этому ремеслу. Почему? Потому что вы должны ещё хорошо уметь:

- обрабатывать свои фотографии;
- искать клиентов;
- продавать свои услуги.

В противном случае ваше обучение будет никому не нужно.

Никому не нужны ваши классные фото, если они просто висят у вас дома на стенке, и кроме ваших родственников их никто не видит. Ваша задача – научиться обладать рядом стоящими темами и рядом стоящими знаниями.

Вы не сможете провести качественный тренинг, качественный коучинг или качественный обучающий курс, если не затронете рядом стоящие темы.

3. Создайте личную энциклопедию знаний по своей теме

Рассказывает Александр Белановский:

– Я занимаюсь обучением людей в течение 20 лет. Сначала я обучал продавцов, потом менеджеров, затем руководителей малого и среднего бизнеса. В настоящее время я учу людей зарабатывать деньги и увеличивать доходы с помощью интернета.

Сейчас, благодаря двадцатилетнему опыту обучения людей, я чётко представляю, как в любой теме построить структуру обучения так, чтобы она была максимально результативной для обучаемых. При этом принцип остаётся единым независимо от того, по какой теме и кого я консультирую, бизнесменов или инфобизнесменов.

В итоге, все свои знания я структурирую и собираю в книги. И когда в очередной раз мне приходится обучать людей по той или иной теме, то просто беру свою уже написанную книгу и пошагово веду по ней обучение.

Ваша задача – составить свою собственную огромную энциклопедию.

Для того чтобы вы смогли создать собственную методику, за вашей спиной должна стоять стена знаний. В нужный момент с закрытыми глазами вы должны уметь брать из неё нужные кирпичики. Только в этом случае вы начнёте понимать целостность структуры.

Для этого выпишите по своей теме все знания на бумагу по следующему принципу:

- от простого к сложному;

- от общего к конкретному.

4. Изучите спрос

Зачастую люди хотят получить определённую информацию, но при этом не готовы платить за неё свои деньги. То, что они хотят, и то, что им действительно нужно – абсолютно разные вещи. Поэтому при изучении спроса узнайте, готовы ли люди платить вам за предоставленную информацию или услугу, или не готовы.

Изучив спрос, докрутите или подкорректируйте свою тему так, чтобы она стала покупаемой. Для этого привлечите потенциальных покупателей и пообщайтесь с ними по душам, фокусируясь на их истинных мотивах.

5. Объедините в одно целое себя, свою тему и собственную энциклопедию знаний по этой теме с дополнениями смежных тем

Создайте себе внешнюю экспертность, то есть обзаведитесь грамотами, дипломами, сертификатами, собственными мини-книгами и статьями, личным сайтом, тематическими группами в соцсетях.

Для чего это нужно?

Люди, которых вы позовёте к себе обучаться, первым делом спросят:

– А кто Вы такой? Почему Вы берёте на себя право помогать нам в интересующей нас теме? Может быть, Вы только навредите нам?!

И вот именно в этот момент вы сможете ответить им:

– Вы можете ознакомиться с моими методиками с помощью вот этой мини-книги, или зайдите на мой сайт и почитайте мои статьи. Вы также можете посмотреть мои дипломы и сертификаты.

После таких слов люди начинают доверять вам, вашей методике и тому, что вы имеете право обучать других.

Очень многие коучи и тренеры почему-то не пытаются создавать свою внешнюю экспертность и даже не задумываются об этом, но при этом смотрят на заработки других и завидуют им.

6. Определитесь с результатом обучения

Предположим, вы помогаете человеку сбросить лишние 10 кг веса всего за один месяц. Или делаете из него фотографа и помогаете ему заработать на фотографиях первые 5000 рублей. Или делаете из человека фотографа, фотографии которого попадают в топ Яндекс-фото.

Результатом вашего обучения может стать навык, с помощью которого обучаемый самостоятельно сделает себе сайт или проведёт свой первый вебинар.

7. Составьте план уроков на основе своей энциклопедии

Все уроки составляйте в виде лестницы и с помощью её постепенно подводите обучаемого к запланированному желаемому результату.

*Не забывайте, что все ваши уроки должны быть усреднёнными.
В противном случае вы столкнётесь с проблемами.*

Некоторые тренеры делают план уроков слишком сложным, и поэтому большинство их слушателей покидают тренинги раньше времени. Другие же тренеры, наоборот, делают свои уроки слишком простыми, и тогда обучаемые начинают возмущаться, что их учат самым простым и понятным вещам. И в том, и в другом случае от учеников исходит негатив.

Ваша задача – держать определённый баланс между простотой и сложностью, между основами и частностью.

8. Придумайте к каждому уроку задания

Задания к урокам придумайте, соблюдая два правила: относительно просто и относительно быстро.

Если ваши задания будут сложными и долгими, то люди просто не будут их выполнять.

9. Проведите тестирование

Проведите тестовый (пусть недорогой, но не бесплатный) тренинг и посмотрите, какая реакция последует от ваших слушателей. В результате тестирования вы увидите, что было сделано вами не так и что конкретно так и не сработало.

10. Продайте свой тренинг и заработайте на нём деньги

Как создать структуру тренинга?

Тренинг – это слияние теоретических знаний и практических действий. Без практики результаты будут отсутствовать.

К теоретическим знаниям относится публичное выступление на аудиторию, состоящее из:

- текста выступления,
- графики (слайдов, картинок),
- аудио или видео.

На основании своих теоретических знаний составьте практические упражнения:

- индивидуальные,
- групповые,
- ментальные,
- физические,

Например, при создании тренинга по фитнесу ментальным упражнением будет являться составление плана нагрузок для сжигания определённого количества калорий. Физическим упражнением в данном случае будет являться непосредственно само занятие на определённую группу мышц.

При создании тренинга по финансам ментальные упражнения будут занимать основную часть. К примеру,

– *Сядьте, посчитайте прибыль.*

При этом физические упражнения тоже будут присутствовать.

– *Сходите, запишите интервью с министром финансов вашего региона.*

Или:

– *Обойдите 5 банков и узнайте курс валют на сегодняшний день.*

Упражнения могут быть быстрыми, средними или долгими.

Быстрые упражнения рассчитаны на несколько минут. Например,

– *Прямо сейчас посчитайте, сколько прибыли вы получите, если...*

Или:

– *Прямо сейчас возьмите гантели и каждой рукой сделайте круговые движения не менее 10 раз.*

К средним упражнениям относится то, что можно сделать за несколько часов. Например,

– *Сегодня устройте разгрузочный день.*

Или:

– *Сегодня составьте полный план внедрения теоретических знаний, которые вы узнали на тренинге.*

Долгие упражнения рассчитаны на несколько дней. Например,

– *Составьте mind map, изучив 3—5 книг.*

После составления авторской методики ваша задача состоит в том, чтобы ваш тренинг был не только полезным, но и интересным. Для этого разделите теоретические знания (пошаговый план перехода из пункта «А» в пункт «В») на логические блоки. Из каждого блока сделайте мини-выступление. Для выступления подготовьте текст, графику, кейсы, отзывы, цитаты, притчи, анекдоты.

Задача мини-выступлений – сделать так, чтобы люди воспринимали информацию на максимальном количестве уровней.

Какие уровни восприятия могут быть?

- Понял – не понял
- Мысленное представление
- Погружение в описанную ситуацию
- Вера на слово
- многое другое

Задействовав максимальное количество уровней человеческого восприятия информации, продумайте и подготовьте каждое своё мини-выступление, пытаясь донести информацию до своих слушателей.

На основе блоков тренинга создайте практические упражнения или домашние задания, чередуя их по сложности. Так как упражнения могут быть не только короткими, средними или

длинными, но и индивидуальными, ментальными, физическими и групповыми, то на каждый блок составьте какой-нибудь один вид заданий.

Придумав практические блоки для своих слушателей, обозначьте точку контроля, то есть обозначьте результат, который будет вас устраивать. Ни в коем разе не полагайтесь на случай! У вас должна быть чёткая продуманная система результата.

Например, если вы ведёте психологические тренинги в онлайн, то вам будет сложно определить результат «понял – не понял». Поэтому попросите своих слушателей написать трёхминутное видео о том, что они ощущают. Если ваши подопечные запишут видео длительностью 3 минуты, значит, задание можете считать выполненным.

Если ваши тренинги будут более приземлёнными, то результатом может быть, к примеру, создание страницы ВКонтакте, на которую каждый слушатель пришлёт вам свою ссылку. Присланная ссылка, созданная с элементами, упомянутыми в тренинге, будет являться результатом, который вас устраивает.

Обязательно чередуйте упражнения с короткими, средними и длинными результатами. Также чередуйте индивидуальные упражнения с групповыми, а ментальные с физическими, чтобы вы могли воздействовать на аудиторию с разных точек восприятия информации.

Для того чтобы структура вашего тренинга была окончательно продуманной и созданной, у вас также должны быть продуманы разные варианты развития событий.

Варианты развития событий

1. Все слушатели делают ДЗ с лёгкостью

Для тренинга данный вариант является хорошим, так как все слушатели выполняют домашние задания без каких-либо трудностей. Однако какой-то процент обучающихся, сказав, что это слишком легко, останутся недовольными. Поэтому придумайте варианты домашних заданий для PRO и предложите выполнить их тем, кто посчитает ваши задания слишком лёгкими.

2. Одни слушатели выполняют ДЗ, а другие не могут, у них ничего не получается

Продумайте теоретическую помощь для тех, кто не может справиться с выполнением домашних заданий. Подумайте, каким образом можно ещё объяснить те или иные материалы, чтобы с помощью другой информации у них получилось достичь нужного результата. Или же для таких учеников составьте более облегчённые упражнения.

У облегчённых домашних заданий так же должны быть чёткие параметры результата.

3. Никто из слушателей не может выполнить ДЗ

Для каждого задания придумайте более облегчённый вариант.

Поощрения и наказания

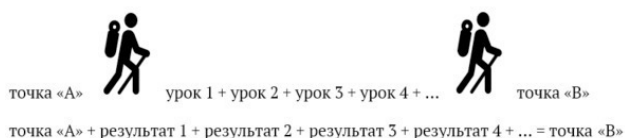
Помимо домашних заданий и упражнений продумайте поощрения для тех, кто всё выполнит, и наказания для тех, кто не будет ничего делать или будет выполнять задания не в полном объёме.

Обычно в виде наказания многие тренеры не проверяют у опоздавших домашнее задание или не допускают своих подопечных к следующему уроку, если они не выполнили упражне-

ния за предыдущий урок. Поощрением же может служить либо похвала, либо пиар тех, кто выполняет всё лучше других.

В результате всех вышеперечисленных действий у вас получится структура тренинга, состоящая из нескольких уроков, в каждый из которых будут входить блоки теоретических знаний, блоки домашних заданий и упражнений, а также система мотивации.

Составленная структура тренинга должна привести слушателей из точки «А» в точку «В».



Каждый промежуточный результат должен сопровождаться проверкой ДЗ или контролем их выполнения. В противном случае результатов у обучающихся не будет.

Личная эффективность тренера

Какими качествами и умениями должен обладать тренер?

1. К тренеру не должно быть прямого доступа

Любой тренер всегда должен жить отдалённо подобно волшебнику. К тренеру нельзя просто так приехать, просто так позвонить или просто так написать, для этого необходимо проделать долгий путь. В противном случае он перестает быть волшебником.

В идеальном варианте между тренером и его слушателями должен находиться секретарь, администратор или помощник.

Во время живых выступлений тренер не должен тусоваться вместе со всеми. Питаться, спать и отдыхать он должен отдельно от своих слушателей. Для ответов на вопросы и фотографирований нужно выделять конкретное время и место.

Если слушатели пишут какой-то вопрос в личку, типа «а как сделать то-то и то-то», то тренер должен ответить:

– Зайдите на мой сайт и найдите там всю интересующую вас информацию.

Вне тренингов или выступлений не отвечайте слушателям напрямую на все их вопросы, которые касаются бизнеса или тренингов. Все ответы люди должны получать через техподдержку или ваших помощников.

2. Тренер должен быть строгим и справедливым

Учитель не должен быть мягким, иначе его ученики не будут получать результаты. Тренер обязан соблюдать правила своей игры. Если он пообещал не допустить до урока опоздавших, значит, не допускает их. Если пообещал выгнать из аудитории тех, кто ведёт себя некорректно, значит, выгоняет их.

Чем больше вы будете сюсюкаться с аудиторией, тем меньше будет толку от вашего обучения и тем меньше будет ваша стоимость.

3. Тренеру должны завидовать

4. Тренер должен уметь ставить рамки, расставлять правила игры и соблюдать их

Сразу скажите своим слушателям:

– Сейчас начинается программа, каждый блок будет идти примерно 1,5 часа, между блоками будут 10—15 минутные перерывы, обеденный перерыв продлится около часа, и далее опять будут идти блоки по 1,5 часа.

Во время каждого блока ваша задача – записывать информацию и копить вопросы. Все свои вопросы вы сможете задать мне только тогда, когда я выделю для этого время.

Или, наоборот, вы можете сказать:

– Если у вас появятся какие-то вопросы, то сразу же задавайте их. Кто опоздает с обеда, того не пуцц. Если кому-то что-то не понравится, то не нужно высказывать вслух свои негативы, просто встаньте и покиньте аудиторию.

Это тоже есть рамка.

Рамки необходимо обдумывать заранее.

5. Тренер должен владеть ораторским мастерством

Неправильно поставленная речь тренера отвлекает его слушателей от основной темы.

6. Тренер должен использовать профессиональные термины и разговаривать «птичьим» языком

Как тренер, вы должны использовать различные термины и определённые слова, которые будут показывать окружающим, что вы разбираетесь в теме.

7. Тренер должен быть готов к тому, что могут возникнуть проблемы

Проблемы могут быть связаны с:

- техническими неполадками (не работает микрофон, отключился интернет и т.д.),
- аудиторией (люди могут не воспринимать тренера и наезжать на него),
- выполнением домашних заданий и упражнений,
- физиологией (могут возникнуть проблемы со здоровьем).

Тренер должен знать, как он будет себя вести, если что-то случится.

Внешний вид тренера

Сделайте так, чтобы ваш внешний вид вызывал зависть у окружающих людей. Будьте похожими на тех, кому доверяет ваша целевая аудитория. Большое значение уделите одежде, обуви, причёске, макияжу, маникюру, аксессуарам и парфюму.

Рассказывает Александр Белановский:

– Недавно я проводил двухдневную закрытую коучинговую сессию в Москве, где одна из участниц являлась экспертом в финансовой теме. Я порекомендовал ей подстроить свой имидж и стиль под стиль председателя Центрального банка Российской Федерации Эльвиры Набиуллиной. В результате изменение внешнего вида позволило участнице увеличить свои продажи в 2,5 раза.

Подбирая для себя одежду, определите, кому доверяет ваша целевая аудитория, а затем скопируйте этот стиль.

Вы должны понимать, что ваш уникальный внешний вид никому не нужен. Если вам нравится какой-то стиль, то придерживайтесь его дома, а перед слушателями появляйтесь так, как выглядят те, кому сегодня доверяет ваша целевая аудитория. При этом будьте модными и красивыми.

Всегда учитывайте тот факт, что мода меняется достаточно быстро. Поэтому покупайте себе хотя бы пару комплектов одежды не реже одного раза в год. Но эти комплекты не носите ежедневно, а используйте только для публичных выступлений.

Самое главное, чтобы у вас всегда оставался вкус и сохранялся стиль, а ваш внешний вид не отталкивал, а только привлекал аудиторию.

Воспользуйтесь услугами хорошего стилиста, который поможет вам создать собственный образ. Но так как у вас не всегда будет достаточно много времени на приведение себя в порядок, то задача стилиста должна заключаться в подборе такого образа, который позволит вам в минимально короткие сроки соответствовать интересам целевой аудитории.

Внешний вид подразделяется на четыре стиля:

- деловой,
- казуальный (повседневный),
- профессиональный,
- для отдыха.

Если вас пригласят в Кремль к президенту РФ для награждения, то независимо от вашей половой принадлежности или профессиональной деятельности выберите деловой стиль. Мужской деловой вид – это тёмный костюм, светлая рубашка, галстук. Женский деловой вид – это строгое платье или строгий костюм, отсутствие большого декольте и мини юбок.

Посмотрите, как одеваются первые люди государства, и купите себе что-нибудь подобное. В любом случае вы найдёте для себя какой-то свой вариант делового стиля. Независимо от того, чем вы занимаетесь, у вас должен быть капсульный гардероб, который относится к деловому стилю.

Казуальный стиль (повседневный, расслабленно-деловой) предназначен не для отдыха, а для того, чтобы, выделяясь из толпы, можно было выразить себя. Выбирая для себя одежду кэжуал, помните, что оголённые части тела плохо продают. Кэжуал – это джемпера, джинсы, неклассические юбки, брюки в клеточку и т. д.

На отдыхе вы можете выглядеть так, как хочется вам. И это нормально воспримется аудиторией. Главное, не оголяйтесь полностью, когда будете фотографироваться и снимать видео. Однако каждое правило имеет исключение. Если вы являетесь тренером по коррекции фигуры, то ваше оголённое натренированное тело только подольёт масло в огонь и привлечёт к вам намного больше клиентов.

Не выставляйте себя на всеобщее обозрение в нижнем белье или среди большого количества народа. На фоне толпы вы просто потеряетесь. Лучше, если в кадре будет не более двух-трёх человек.

Очень важно, чтобы ваши фотографии на отдыхе были постановочными. Так как ваша одежда на отдыхе ничего не говорит за вас, то сделайте какие-нибудь интересные кадры на фоне заката, восхода, дорогого автомобиля или яхты, рядом с палаткой, костром и т. д. Вы можете сфотографироваться, держа в руке теннисную ракетку, шашлык, спиннинг или корзину с грибами.

На постановочных кадрах сделайте акцент на фон, место отдыха или предмет, находящийся рядом с вами. Это поможет вашей целевой аудитории увидеть частичку вашего отдыха и передать ей ваше настроение.

Для специфичных профессионалов (медиков, шахтёров, фермеров, спортсменов, магов и т. д.) существует профессиональный стиль. Такие специалисты могут демонстрировать свои рабочие наряды, находясь в полной боевой (рабочей) готовности.

Очень круто смотрится на фотографии хирург в белом халате, бахилах, перчатках, со скальпелем в руках, находясь в операционной. Или шахтёр, который одет в каску, шахтёрские штаны и шахтёрские ботинки и который добывает уголь отбойным молотком.

Любой постановочный кадр узконаправленного специалиста должен отображать определённый рабочий процесс. Над постановочным процессом нужно серьёзно работать.

Если вы не будете контролировать себя при выборе одежды и не будете правильно подавать себя, то целевая аудитория перестанет воспринимать вас серьёзно и перестанет доверять вам.

Собираясь на какое-либо мероприятие, или выставляя свои фотографии в интернете, думайте о том, что скажет о вас целевая аудитория.

Создать правильный внешний вид можно за копейки. В мире существует огромное количество магазинов, которые недорого реализуют одежду и аксессуары хорошего качества. А это значит, что покупать себе гардероб необязательно у известных брендов. Для начала достаточно сделать акцент на моду и стиль, чтобы вашему внешнему виду начали завидовать люди.

Внутренняя и внешняя экспертность тренера

К внутренней экспертности тренера относятся его знания, опыт и навыки.

Опыт – это полученные знания, умноженные на 100 действий.

Навыки – это опыт, умноженный на 100 повторений.

К сожалению, просто знания не приносят никакой пользы, если их не внедрять в жизнь.

Предположим, что вы знаете, как нужно готовить яичницу, но никогда этого не делали. Если вы приготовите это блюдо 100 раз, то получите определённый опыт. При этом вы будете знать, что яйца могут либо подгореть на сковороде, либо остаться недожаренными, либо у них растечётся желток. Также вы будете знать, на каком масле или жире блюдо получается более вкусным и привлекательным.

Когда же вы получите навыки по приготовлению яичницы, то сможете готовить её с закрытыми глазами. Вам уже будет всё равно, какую сковородку вам дали, на какой плите придётся готовить, будут ли какие-то дополнительные ингредиенты и т. д. Жаря яичницу в тысячный раз, вы не будете грузить свой мозг, как и что нужно делать, а просто приготовите её на автомате, используя имеющиеся продукты.

Для того чтобы повысить свою внутреннюю экспертность, сделайте следующее:

- изучите все доступные книги (в бумажном варианте) по своей теме;
- регулярно посещайте тематические тусовки (форумы, конференции, выставки);
- изучите всевозможные видео и аудио материалы по своей теме;
- все свои мысли записывайте с помощью mind map.

К внешней экспертности тренера относятся доказательства, подтверждающие то, что он является экспертом, а также его лайфстайл и знакомство с крутыми в его теме людьми. К доказательствам относятся различные сертификаты, благодарственные письма, дипломы, звания, занимаемые должности, кейсы, отзывы, публикации в СМИ.

Доказательство – это зафиксированный на бумаге факт, говорящий о крутости человека.

Очень важно показывать своей целевой аудитории такую часть своей жизни, которой люди будут завидовать. Предположим, что вы пропагандируете здоровый образ жизни. Соответственно, люди не должны видеть вас с бутылкой спиртного или сигаретой в руках. Вы должны показывать, что уделяете время физическим упражнениям и правильно питаетесь.

Существует 5 основных направлений, которым завидуют люди:

1. Деньги

Люди всегда завидовали, завидуют и будут завидовать тем, у кого есть материальные ресурсы и материальные блага.

2. Окружение

Люди завидуют тем, кто является частью интересного, популярного, знаменитого общества. Если вы пропагандируете вегетарианство, то покажите, что знакомы с каким-нибудь очень известным сыроедом.

3. Свобода, возможность воплощения своих желаний в жизнь

Подавляющее большинство людей в мире обладают минимальной свободой. В своей жизни они никогда не уезжали от своего дома дальше, чем на 300 км. Прежде чем что-то купить подавляющее большинство людей вынуждены брать кредиты или советоваться с близкими. Перед тем, как куда-то поехать, они спрашивают у кого-нибудь разрешение.

Если вы регулярно будете показывать людям, что тратите деньги, путешествуете, встречаетесь с интересными людьми, а также позволяете себе совершать спонтанные действия (захотел – сделал), то 99% из них будут завидовать вам.

4. Здоровье и красота

Люди завидуют не только здоровью, но и возможности проходить лечение и профилактику.

Имея здоровье, вы имеете энергию для воплощения в жизнь всех своих идей.

5. Время

Люди всегда завидуют тем, кто имеет возможность тратить время на любимые дела, детей, семью, хобби, отдых.

Транслируйте окружению свой лайфстайл через сайт, социальные сети и истории, рассказанные при личных встречах или во время тренингов. Например,

– Недавно, отдыхая в Японии, я познакомился с очень популярным мануальным терапевтом и прошёл у него курс лечения.

Или:

– Вчера я зашёл в магазин купить видеокамеру за 1000\$, но, несмотря на её дороговизну, меня поразило равнодушное отношение продавцов. В результате я совершил покупку в соседнем магазине.

Подобные мини-истории обязательно включайте в программы своих тренингов. Таким образом, вы покажете людям свой лайфстайл.

Точно также транслируйте людям свои публикации в СМИ. Например,

– Я автор бестселлера. Мои статьи публикуются в «Аргументах и фактах» и «Коммерсанте».

Как составить mind map и прокачать внутреннюю экспертность?

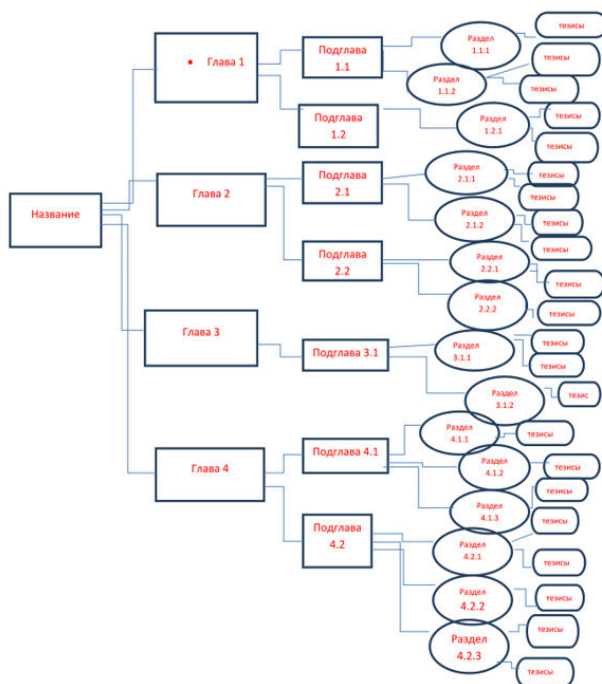
Mind map – это древовидная карта мыслей.

Предположим, что вы ведёте тренинг тренеров. Название мероприятия – «Тренинг тренеров». Первая глава называется «Внутренняя и внешняя экспертность». Подглава 1.1 – «внутренняя экспертность», подглава 1.2 – «внешняя экспертность». Раздел 1.1.1 – информация, раздел 1.1.2 – опыт, раздел 1.1.3 – навыки. Раздел 1.2.1 – доказательства, раздел 1.2.2 – окружение, раздел 1.2.3 – лайфстайл, и т. д. В тезисах вы записываете какие-то свои мысли на эти темы.

Для того чтобы вам было проще создавать свои программы, методики и выступления, сделайте следующее:

- законспектируйте все книги, видео и аудио материалы, которые имеются по вашей теме в виде mind map;

Начав конспектировать вторую книгу, вы заметите, что часть информации в ней будет повторяться, как в первой, а другая часть будет совершенно новой. Поэтому дополните свой mind map недостающими сведениями. Конспектируя третью книгу, внесите в mind map только недостающую информацию, которой не было в предыдущих двух книгах.



Делая конспекты, вы заметите, что данная информация будет преломляться через ваш опыт, ваши жизненные взгляды и уже имеющуюся у вас информацию. В каких-то моментах вы будете согласны с авторами книг и впишете их информацию в свой mind map. А в каких-то моментах полученные сведения будут противоречить вашим определённым жизненным взглядам. Естественно, что такую информацию вы отобразите очень скудно или просто проигнорируете.

Если подобным способом вы законспектируете 20—30 книг по своей теме, то станете обладать 95% информации, имеющейся в мире на сегодняшний день. В результате вы станете одним из самых умных людей на свете, которые разбираются в какой-то конкретной теме.

- выберите из теории то, что нужно внедрить, и внесите это в своё ближайшее расписание;

Пропустите через себя информацию, необходимую для внедрения, и проживите с ней. Таким образом, вы получите необходимый вам опыт. Однако помните, что нужно прожить хотя бы по разу и каждую главу, и каждую подглаву. А уже в разделах и тезисах вы можете определиться, что вам нравится и что не нравится.

Например, в вашей ментальной карте, составленной по теме снижения веса, есть раздел «массажи»: массаж лица, массаж тела, массаж спины, массаж шеи и т. д. Как автор этого mind map, вы можете выбрать, через какие виды массажа вы пройдёте, чтобы похудеть. Это нужно для того, чтобы в дальнейшем вы могли рассказывать людям о своём опыте.

- выберите специализацию из опробованной информации.

Из того, что вы попробуете, возьмите только то, что вам понравится, и то, что даст вам результат.

Теоретически вы разберётесь во всей теме, а практически опробуете большинство методик и выберите из них приносящие наилучшие результаты, которые и сделают вас настоящим экспертом и профессионалом в вашей теме.

Как усилить внешнюю экспертность?

Как правило, люди выбирают для себя тренера, ориентируясь на его внешнюю экспертность. И именно внешняя экспертность тренера формирует стоимость его услуг.

Внешняя экспертность – это оболочка, фантик, упаковка, то есть то, что знают о тренере другие люди.

К внешней экспертности относятся:

- доказательства;
- отзывы, кейсы;
- знакомства с крутыми профессионалами, работающими в теме;
- публикации в СМИ;
- лайфстайл.

Доказательства внешней экспертности можно получить с помощью бесплатных услуг. Например, придите в Сбербанк и проведите бесплатный тренинг для предпринимателей по программе «Деловая среда». За оказанную услугу вы получите «Благодарственное письмо» от Сбербанка.

Также получить доказательства внешней экспертности вы сможете, если примите участие в тренингах и сертифицированных программах, где после их окончания вам выдадут сертификаты и дипломы.

Перед кем бы вы ни выступали, всегда просите, чтобы люди писали вам отзывы в аудио, видео или текстовом варианте. Из отзывов всегда можно сделать кейсы.

Для усиления внешней экспертности заведите себе список ТОП-20 гуру в вашей теме, а после познакомьтесь и сфотографируйтесь с каждым из них. Для этого у любого гуру просто возьмите интервью.

Взяв интервью у эксперта, Вы сами становитесь экспертом чисто психологически в глазах тех людей, которые смотрят и слушают его.

Лайфстайл нужен для того, чтобы вы могли показывать другим людям, как вы живёте. В первую очередь показывайте целевой аудитории своё окружение и тот уровень, на котором с вами общаются другие люди. Показывайте не просто свои новые знакомства, но и совместные фотографии, совместные интервью, совместные проекты. Это повысит к вам доверие.

Ваша задача – показать целевой аудитории то, чему завидуют ваши ученики. Люди должны хотеть быть похожими на вас. Они должны стремиться подражать вам. Они должны хотеть жить так, как живете вы. Они должны ассоциировать вашу свободную жизнь с вашей услугой или товаром.

Зависть указывает на то, что вы находитесь чуть выше остальных.

Для того чтобы усилить свою внешнюю экспертность, напишите книгу по своей теме. На первый взгляд, вам покажется, что сделать это будет очень сложно. Но на самом деле стать автором книги – проще простого.

Для начала составьте mind map по 5—6 книгам, написанным другими авторами, а затем проговорите на диктофон всю собранную информацию, добавив в неё свой личный опыт. В результате проделанных действий вы получите свой взгляд на тему, благодаря которому сможете стать автором книги. Далее отдайте эти аудиофайлы копирайтеру для обработки. Буквально через 1,5—2 месяца вы получите свою готовую книгу в электронном виде.

Точно таким же образом пишите статьи для публикации в СМИ. Каждое своё выступление записывайте на видео или аудио для того, чтобы в последующем ваш копирайтер мог преобразовать всё это в читабельный текст.

Ваша целевая аудитория должна видеть в вас профессионала.

Предположим, что ваша целевая аудитория знает, что вы прошли тренинг тренеров в компании Bizmotiv. Ваша целевая аудитория знает, что у вас есть какой-то сертификат, выданный медицинской академией, занимающейся снижением лишнего веса и коррекцией фигуры. У вас есть отзывы, в которых люди говорят, что с помощью вашей методики им удалось похудеть на 10 кг.

Вы регулярно выкладываете на сайте и в соцсетях фотографии с самыми крутыми людьми, которые работают в теме коррекции фигуры, а также берёте у них интервью. Вы являетесь автором книги «Как с лёгкостью сбросить лишние килограммы». Своим лайфстайлом вы доказываете, что именно таким образом нужно жить, чтобы быть всегда здоровым и красивым.

Видя ваши достижения, целевая аудитория начинает считать вас гуру в теме коррекции фигуры, и в их глазах вы автоматически становитесь крутым профессионалом.

Как сделать своё выступление качественным, ярким и запоминающимся?

Что влияет на качество и ход публичных выступлений?

1. Имидж и стиль

Выступая перед целевой аудиторией, вы должны быть уверены в себе и своём выступлении, а также в том, что публика воспримет вас хорошо. Для этого ваш внешний вид должен быть максимально безупречным.

Если, выступая перед публикой, вы будете выглядеть модно, красиво и опрятно, то слушатели не только будут завидовать вам, но и воспримут ваше выступление ярким, красивым и интересным.

2. Репетиция

Никогда не надейтесь на свою память. Для того чтобы вы смогли хорошо и качественно выступить перед своими слушателями, минимум 2—3 раза отрепетируйте свою речь. Для этого снимите на видео своё репетиционное выступление, а затем откорректируйте свои жесты, мимику, осанку, движения и т. д.

Чем больше раз вы отрепетируете своё выступление, тем проще и легче вам будет выступать.

3. Шпаргалки

Шпаргалки помогают вести выступление. Ими могут быть слайды или карточки.

Предположим, что ментальная карта вашего выступления уже готова. Выпишите из неё на бумагу сначала 4-й уровень, то есть все тезисы и мысли. Фактически у вас получится полный текст выступления. Прочитав его, выпишите на бумагу 3-й уровень, то есть все разделы. Прочитав разделы, выпишите на бумагу 2-й уровень, то есть все подглавы. И, наконец, прочитав подглавы, выпишите на бумагу 1-й уровень, то есть заголовки.

В результате проделанных действий вы получите 4 вида шпаргалок. Прочтите сначала шпаргалку 4-го уровня, затем шпаргалку 3-го уровня, затем шпаргалку 2-го уровня и в итоге отрепетируйте своё выступление по шпаргалке 1-го уровня, где написаны только заголовки. Только в этом случае в вашей голове появятся ассоциации.

Из шпаргалки 1-го уровня сделайте слайды или карточки и возьмите их на своё выступление.

Данный вариант подготовки шпаргалок является одним из действенных способов выступать красиво.

Фактически подготовленные карточки или слайды будут являться аналогом оглавления вашей книги.

4. Волнение и страх

Если перед выступлением вы испытываете волнение и страх, то это очень хорошо. Почему? Потому что вам не безразлично, как пройдёт ваше выступление и как оценят его ваши слушатели. Именно поэтому не старайтесь полностью избавиться себя от страха, волнения и потных ладошек.

Методы воздействия на аудиторию во время тренинга

Самое страшное, когда во время тренинга целевая аудитория начинает засыпать от монотонной речи тренера.

Какие методы помогают воздействовать на людей во время выступлений?

1. Видеоряд

80% информации люди получают через глаза. Поэтому во время выступлений используйте видеоряд. Для этого делайте записи на флипчарте, перемещайтесь по сцене, показывайте слайды или видеоролики.

Самый кошмарный тренинг – это когда тренер вещает, сидя за столом или стоя за трибуной.

С помощью видеоряда вовлеките слушателей в свой тренинг и не позволяйте им скучать.

2. «Теннис»

Метод под названием «теннис» – это постоянная игра с аудиторией, при которой, образно говоря, вы кидаете в аудиторию мячик, а слушатели тут же возвращают его вам обратно.

Получить обратную связь от аудитории можно следующим образом:

– Поднимите руки, кому всё понятно. Поставьте плюсики в чате, если вы уже выполнили упражнение.

Существует правило: во время выступления нужно «дёргать» аудиторию один раз в 2—3 минуты.

3. Эмоции

Сделайте так, чтобы во время ваших выступлений люди испытывали и положительные, и отрицательные эмоции. Заранее встраивайте в свои выступления эмоции, чередуя их от отрицательных к положительным, и наоборот. Например,

– Всем здравствуйте! Спасибо, что вы пришли на мой тренинг. Вы такие молодцы! Всё очень здорово! Однако я хочу сразу сказать вам, что не все смогут дожить до конца этого тренинга, потому что некоторых из вас я, как обычно, выгоню из зала.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.