

АЛЛА КОВЫНЕВА

Как найти полезный тренинг?

КНИГА ДЛЯ КЛИЕНТОВ



Алла Ковынева

**Как найти полезный
тренинг? Книга для клиентов**

«Издательские решения»

Ковынева А.

Как найти полезный тренинг? Книга для клиентов /
А. Ковынева — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-962189-4

Эта книга о происходящем сейчас на рынке тренингов с точки зрения Клиента. Как выбрать из кучи мусора именно качественный, а не эмоциональный тренинг, который принесет пользу и результат Ученику (Клиенту). Весь вопрос: как определить, кто из тренеров действительно мастер и профессионал, который поможет лично Вам, а кто просто стрижет бабло, потому что научился впаривать, а «пипл хавают»? Книга состоит из 3 глав:— как подготовить Ученика, т.е. себя?— как оценить Тренинг?— как оценить Тренера?

ISBN 978-5-44-962189-4

© Ковынева А.
© Издательские решения

Содержание

Предисловие	6
Введение	7
Ученик	9
Запрос на тренинг	10
Учитель и ученик	13
Как ученику почувствовать себя главным	15
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Как найти полезный тренинг? Книга для клиентов

Алла Ковынева

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельца авторских прав.

© Алла Ковынева, 2019

ISBN 978-5-4496-2189-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие

Качественный тренинг – это отличный инструмент для развития практически любой жизненной сферы, но Качество играет Первоочередную роль.

Сейчас на тренинги, семинары и вебинары ходят все. Все хотят расти, развиваться и жить лучше. И многие готовы за это платить.

К сожалению, в последние годы на них обратили внимание люди, цель которых прежде всего заработать денег, даже с использованием обмана.

Еще 5—10—15 лет назад тренинги были уделом прежде всего психологов. Сейчас их ведут очень многие, даже представители бизнеса, шоу-бизнеса, юмористы, тусовщицы, участники реалити-шоу. И появилось много мусора и, по сути, мошенников.

Поэтому чтобы получать пользу и результаты от тренинговых программ, нужно быть грамотным покупателем и совершать осознанные покупки. Уже давно прошли времена, когда высокая цена означала высокое качество. Сейчас высокая цена – это прежде всего аппетиты тренера.

Цель этой книги – научить всех желающих выбирать именно **качественные программы лично для себя** и получать максимальную пользу и результат, а не эмоции и времяпрепровождение.

И я смею надеяться, что после прочтения моей книги клиенты станут более требовательными, а качественных тренингов станет гораздо больше.

Введение

Я очень рада, что живу в 21 веке. Это время возможностей, бешеных скоростей и перемен.

Фраза «Человек не меняется» устаревает. Сейчас благодаря психологии и тренингам человек действительно может изменить себя. Было бы желание и ресурсы. Главное, что это реально, хотя и непросто.

Я активный участник различных тренинговых программ, семинаров и обучающих курсов в течение 12 лет. Сфера инфобизнеса развилась настолько, что наряду с качественными продуктами появилась откровенная халтура. И это некий кризис отрасли.

Дело в том, что сейчас, в 2019 году, рынок перенасыщен предложением тренингов. С каждым годом ситуация усугубляется. При этом большая часть обучающих программ, независимо от их направленности, отличается низким качеством. Как правило, они рассчитаны на начинающих учеников нулевого уровня, которые только начали разбираться в какой-либо теме. И такого участника легко удивить и быть для него «гуру».

А вот когда клиент уже не совсем ноль, и кое-что понимает в интересной ему теме, и хочет большего, оказывается, что инфобизнесу предложить ему нечего.

В результате складывается ситуация, когда человек ходит по тренингам, семинарам, тратит кучу денег, сил, времени и все равно остается на том же, по сути, начальном уровне. Потому что более продвинутых обучающих программ просто нет или их так мало, что трудно найти в куче мусора.

К тому же сейчас очень много обещаний о быстрых и достаточно легких способах достижения результата. Большой соблазн поверить в обман. На сегодняшний день уровень рекламы и продаж (впаривания) настолько высок, что не обмануться действительно трудно. Особенно когда есть задача решить какой-либо вопрос срочно. А если еще и деньги свободные есть, шанс ошибиться в покупке более чем высокий.

Продавцы, в том числе и тренера, знают, что большая часть приобретений происходит на эмоциях. Это позже покупатель придумает себе логическое объяснение, зачем он эту фигню купил. В своих ошибках мало кто может, умеет и любит признаваться. А покупка состоялась. Тренер ваши денежки получил. А вы, клиент, что получили? Какую пользу?

Поэтому чтобы минимизировать лишние эмоциональные покупки, нужно быть грамотным покупателем. Уметь оценивать инфопродукт по существу, противостоять манипуляциям тренеров.

Тренинг – это исключительно **индивидуальный продукт**. И если другим семинар был полезен, не факт, что он будет полезен именно вам, и наоборот. Поэтому так важно уметь находить полезные продукты **лично для себя**.

Помимо пользы, есть еще **вопрос цены** тренинга. Ценообразование в инфобизнесе порой не поддается логике. И объясняется лишь аппетитом тренера и его внутренним разрешением продавать себя дорого. Похвально, но для клиентов бывает накладно и даже убыточно.

В книге я рассказываю о моментах, на которые имеет смысл обратить внимание и только после этого принять решение о покупке.

Я лично заинтересована в повышении качества инфопродуктов. Я готова их оплачивать и оплачиваю. И как решение я написала книгу «Как найти полезный тренинг». Как получить именно пользу от тренинга, а не эмоции и времяпрепровождение.

В книге я выражаю исключительно свое личное мнение, основанное на моем личном опыте и опыте моих друзей. Да, я опытный клиент, и у меня есть основание выражать свое мнение.

И я надеюсь, что моя книга поможет людям стать более грамотными потребителями инфопродуктов.

СЛОВАРЬ

Тренинг – семинар, обучение, обучающий курс, обучающая программа, продукт, инфо-продукт, индивидуальная консультация.

Тренер – спикер, преподаватель, психолог, психоаналитик, педагог, автор, учитель, коуч.

Цель – проблема, задача, запрос.

Ученик – участник, читатель, клиент, покупатель.

Ученик

Начинаем в лучших традициях практической психологии, т.е. с себя!

Запрос на тренинг

Для удачного, т.е. полезного выбора тренинга, первое, что нужно сделать, сформировать **ваш личный запрос на тренинг:**

- Что вы хотите получить от тренинга?
- Какой конкретный результат?
- Пользу?

Почему это так важно?

Потому что **чтобы решить проблему, нужно для начала ее определить, озвучить, признаться в ней.**

Если человек не в состоянии четко сформулировать свою цель, а тем более проблему, то в 99% это означает, что он просто не готов к ее решению. Ему страшно, трусливо, неловко признаться в своих истинных желаниях.

В результате такие люди мечтают, строят воздушные замки и остаются там, где они есть, а годы идут, деньги тратятся... а воз и ныне там.

Поэтому советуют именно прописывать свои цели. То, что в мыслях может казаться масштабным, конкретным и понятным, на бумаге часто оказывается никаким. Люди часто не могут изложить свои мысли на бумаге, потому что формулировать просто нечего. И у человека наблюдается затык. В мыслях полно идей, а на бумаге ноль.

До тех пор, пока вы не признаетесь в своей проблеме, вы так и будете ходить вокруг да около и ни о каком решении речи идти не будет.

Мало того, сам по себе **истинный запрос это не начало пути, это некая точка старта, после которой, может быть, начнется движение вперед** и найдется решение.

Итак, какие же варианты запросов имеют место:

- просто интересная тема, новая тема, а я не в курсе;
- хочу получить конкретный результат: открыть бизнес, повысить себе зарплату на 100%;
- хочу выйти замуж, избежать развода;
- хочу уметь разводить женщин на секс быстро и бесплатно;
- хочу научиться красивой походке, управлять персоналом;
- хочу избавиться от обид и страхов;
- хочу получить схему достижения результата:

- 30 шагов, как выйти замуж;
- 20 шагов, как открыть бизнес;
- 10 шагов, как стать начальником.

– хочу получить конкретный результат за определенный срок – заработать 1 000 000 рублей;

– хочу посмотреть на тренера – рекомендовали как лучшего: «такой харизматичный дядька»;

– хочу обзавестись определенным окружением, стать «своим» в определенных кругах;

– хочу натренировать конкретный навык – публичное выступление;

– хочу получить подтверждение, что со мной все в порядке, и т. д.

Перед тем как вы идёте на тренинг, даже перед тем как вы собираетесь покупать тренинг, даже можно ещё раньше, перед тем как вы собираетесь искать нужный вам тренинг, вы задаёте себе вопрос: зачем вам нужен тренинг? Что вы хотите получить?

Важно не просто придумать:

- хочу устроиться экономистом на 500 000 рублей в месяц;
- хочу получать секс на первом свидании;
- хочу быть счастливой.

Это должен быть Ваш внутренний запрос. Как правило, истинные желания реальны. Важно не нафантазировать, а именно понять, почувствовать свой личный, настоящий запрос, что вы на самом деле хотите. Иногда нужно набраться смелости и признаться в своей истинной цели, которая, может быть, окажется не очень приличной и даже странной. Бывает и такое.

Что вы действительно хотите, то вы и получите от тренинга. Если ваш истинный запрос «сходить, посмотреть». Это вы и получите – сходите и посмотрите. На пользу и результат не рассчитывайте.

Задача на тренинг – штука индивидуальная, не всегда понятная другим. Ваш запрос – это предпосылка для успешного прохождения тренинга и помощь в его выборе.

У каждого человека своя мозаика травм, комплексов, бзиков, желаний и мечтаний. И то, что подходит другим, не означает, что подойдет лично вам. Поэтому запрос должен быть максимально конкретным, индивидуальным, лично вашим.

Цель должна быть максимально подробной, насколько получается. Насильно выжимать не стоит, важнее честность. Желательно изложить запрос письменно. Если не получится написать по пунктам, хотя бы приложите усилия, чтобы более-менее ваша цель была определенной. Если запроса нет, то и результата тоже не будет. Проверено многократно.

Как это работает?

Эта фишка работает даже тогда, когда вы переслушиваете тренинг. У меня несколько раз происходила одна и та же история. Когда я покупала тренинг в записи. Занималась дома. Получала результаты, потом возвращалась к этому же тренингу примерно через год, опять прослушивала, и каждый раз я получала новый результат.

Какой у меня был запрос, такой был и результат. Неважно, впервые я слушала тренинг или повторно.

У кого это работает?

У большинства. Я не видела ни одного реального человека, который бы так делал и у которого не получилось. Наверное, это особенность нашей психики, люди так устроены: человек получает то, что он по-настоящему хочет. Поэтому так важно услышать себя и понять свой истинный запрос. И да, это непросто.

Если вы четко сформулировали запрос на тренинг, то ваш результат будет в разы больше.

Если вы не можете сформулировать желаемый вами результат, скорее всего, покупку тренинга лучше отложить.

УПРАЖНЕНИЯ:

1. Если Вы уже занимаетесь, или только собираетесь участвовать в каком-либо тренинге, или у вас есть проблема и вы ищете семинар, задайте себе вопросы:

- зачем вы идёте на тренинг?
- что вы хотите получить?
- какой результат?

Даже если Вы уже проходите тренинг и перед прохождением тренинга не спросили себя «зачем?», не поняли, не знаете своего запроса, а половина программы уже пройдена, всё равно сделайте паузу и задайте себе вопрос «зачем?». Лучше поздно, чем никогда.

2. Когда вы сформулировали свою цель, задайте себе следующий вопрос: вам самим-то нравится свой запрос? Вы правда готовы заплатить 10 000 рублей ради того, чтобы посмотреть на тренера, о котором много слышали? Или послушать что-то новенькое и интересненькое? Подставьте свой вариант.

3. Попробуйте прорабатывать свои запросы с текущими ситуациями в вашей жизни. Ситуации могут быть самые обычные: телефонный звонок, встреча, уточнение или вопрос. Берите мелкие текущие ситуации и прорабатывайте.

Вначале вы ставите цель, что вы хотите выяснить. Потом берёте телефон, набираете номер, звоните и ведёте свой диалог с позиции своей конкретной цели.

Попробуйте практиковаться в течение месяца. Если будет очень тяжело, сделайте облегчённый вариант. Например, прорабатывайте одну ситуацию в день, сегодня один телефонный звонок, завтра встреча, послезавтра уточнение.

Это касается и работы, и личной жизни, дружбы, общения с коллегами и родителями. Через месяц такой практики вы будете формулировать свои запросы на автомате. И вам будет гораздо сложнее впарить халтуру.

Учитель и ученик

Для чего вы идете на тренинг? Для решения своей проблемы, т.е. вам нужна помощь, и вы рассчитываете на помощь тренера. Логично.

И на сегодняшний день тренинги действительно самое эффективное обучение. Но! Для получения результата нужен хороший тренер, профессионал, практик, у которого продумана программа обучения. И еще нужен определенный ученик.

Обучение – это совместный вклад учителя и ученика. Причем вклад ученика всегда больше, чем учителя.

Почему?

Потому что тренер, психолог – это некий сторонний человек, который оказывает вам помощь. И какой бы профессионал с вами ни занимался, он не сможет залезть вам в голову, тело, психику и всё там поменять.

Учитель может дать информацию, знания, доходчиво объяснить, дать попробовать, потренироваться, указать на ошибки. Но прожить за вас вашу реальную жизнь он не сможет. Именно **сделать** за вас он не сможет.

В спорте тренер может оценить ученика, составить программу занятий, показать, как правильно делать упражнение, проконтролировать тренировку. Но напрягаться за вас он не будет и, в принципе, не сможет при всем желании. То же самое касается любого другого тренера, психолога, учителя.

Важно понимать, что помощь стороннего человека, любого, каким бы профи он ни был, всегда будет неким бонусом для вас, а не основным продуктом. **Основной вклад в себя вам придется сделать самим.** Вложить в себя свое время, силы, эмоции и остальные ресурсы. Основное решение проблемы будет именно за вами.

80% делаете вы, и 20% сделает тренер. Пропорции условны. При самом удачном стечении обстоятельств они могут быть 60% на 40% или даже 51% на 49%. Но ваш вклад как ученика будет всегда больше, чем вклад любого учителя, даже если вы заплатите ему миллиарды.

Если вы ожидаете, что для решения вашей задачи достаточно нанять стороннего человека, то обрекаете себя на вечные посещения психологов, тренингов и консультаций.

Вы будете жить в иллюзии, что проблема вот-вот должна решиться, при этом будете находиться в шаге от краха, но проблема все равно решена не будет. В итоге у вас есть все шансы стать рабом различных тренингов. Фактически вы будете работать на тренинги, а позже на личные консультации.

Это похоже, когда человек находится в коме. Лечение безумно дорогое. Жизнь человека поддерживают сторонние люди, без которых больной умрет. самого страшного – смерти, пока не происходит, т.е. **краха нет, но и жизни нет.** Есть всего лишь существование и очень слабая надежда. Пациент скорее мертв, чем жив.

Если вы не готовы работать самостоятельно и видите свое обучение, развитие только с тренером, психологом, **то тренер превращается для вас в костыль, без которого вы не сможете ходить. А себя вы добровольно превращаете в инвалида.**

Стандартная ситуация. Тренинг длится 2 дня. А вот чтобы внедрить то, чему вас научили за эти 2 дня, понадобится в лучшем случае несколько недель, а скорее это будут месяцы реальной активной работы.

Поэтому если вы не готовы вкладываться в решение своей проблемы лично, больше, чем другие, то обращаться вам к сторонним людям бесполезно.

Когда вы выбираете тренинг, вы клиент, который во всем прав. А вот когда вы пришли на выбранный вами платный тренинг, вы становитесь учеником-клиентом.

Что требуется от ученика? Доверие и трудолюбие.

Например, выполнение всех домашних заданий, причем неважно каких. Если тренер дает вам домашнее задание и оно вам кажется странным, необычным, непонятным, все равно делайте.

Многие открытия ученику придется сделать самостоятельно. В инфобизнесе их называют инсайтами.

Ученик – не робот, который тупо делает или не делает, что ему скажут. Участник тренинга – это осознанный, размышляющий, оценивающий, доверяющий и активный человек. Только в этом случае у вас будет максимальный результат от тренинга.

Если вы что-либо пропускаете, это ваша личная ответственность как участника тренинга. Впрочем, **если обучение не нравится или небезопасно для вас, аморально, всегда можно и нужно уйти, получив деньги обратно.**

Мысль о том, что есть тренеры с «суперпрограммами» и они «тянут за уши», не является действительностью. Если вы ленивы, не верите тренеру, то вас не сможет научить даже гуру. Тренер выполнит свою часть работы, но не вашу.

Спасение утопающих – дело рук самих утопающих

Если вы рассчитываете на существенный рост, то вам нужно стать самому себе психологом, тренером, полюбить психологию и понимать методики. Получать диплом психолога не надо. При этом данный подход не отменяет обращений к специалистам.

Сам факт оплаты тренинга не говорит о том, что тренер возьмет на себя вклад ученика. **Вы платите за то, что вас учат, делятся с вами, но не работают за вас.** Все, что можно требовать от тренера, это чтобы он качественно выполнил именно свою часть работы.

УПРАЖНЕНИЯ:

1. Подумайте, насколько вы готовы доверять тренеру и выполнять все его задания?
2. Есть ли у вас осознанное чувство ответственности за свой результат?
3. Представьте, что тренинг становится небезопасным для вас, вам предлагают сделать или наблюдать нечто аморальное. Что это может быть?
4. Каким образом вы откажетесь от участия в тренинге?
Хватит ли у вас смелости сказать об этом организаторам и потребовать деньги обратно?
Сделаете ли вы это публично или наедине?
Проиграйте данную ситуацию в уме или перед зеркалом.
5. Стоит ли вообще идти на такой тренинг?
6. Заранее уточните, можно ли вернуть деньги, если тренинг вам не понравится?

Как ученику почувствовать себя главным

Как ученику почувствовать себя главным и все-таки взять на себя эту пресловутую ответственность?

Предлагаю 2 подхода на выбор.

Первый более избитый: **Покупатель всегда прав!**

Да, многие продавцы, в т.ч. и тренеры, недолюбливают данный подход. И часто публично не признают его. Поэтому вместо того, чтобы продавать, они впаривают, обманывают – в общем, мошенничают. Они даже убеждают покупателей, что клиенты с такими взглядами им не нужны.

Покупатели – ученики с низкой самооценкой и неуверенные в себе, наивно верят и прогибаются под таких продавцов-впаривателей.

Есть мнение, что большая часть приемов продаж рассчитана на людей с психологическими проблемами, которые не могут сказать «нет», отстоять свои личные границы, не обладают гибкостью, здоровым эгоизмом, и поэтому ими легко манипулировать, особенно психологам.

Уверенные же в себе клиенты понимают, что всё это понты, и таких продавцов посылают. И это разумно. На сегодняшний день уникальных инфопродуктов практически нет. За покупателя приходится бороться. Вот и пусть борются.

Второй подход: **Покупатель – это работодатель или владелец бизнеса .**

Ваш бизнес – это вы сами. Тренер – соискатель, который продает вам свои услуги, ищет работу. Т.е. ученик нанимает себе учителя (репетитора, тренера, психолога, коуча), чтобы он его научил, вылечил или помог. Нанять тренера – то же самое, что и нанять юриста, учителя, водителя, любого помощника.

В данном случае не имеет значения формат обучения. Это может быть как групповой тренинг, так и индивидуальная консультация. В данном контексте участие в групповом обучении – то же самое, что и сотрудник, работающий на нескольких работодателях.

Главное суть. **Ученик в роли работодателя нанимает сотрудника: тренера, психолога – и заказывает услугу для решения своих собственных задач.**

И прежде чем нанять сотрудника, вы, как работодатель, определяете проблему, ставите задачу, оцениваете кандидата, **рассчитываете его окупаемость**, и только потом, после тщательной проверки, отбора, вы нанимаете тренера, чтобы он провел вам тренинг.

Вы, как акционер компании, нанимаете наемного сотрудника для получения прибыли, т.е. пользы лично для вас. Рассматриваете разные варианты получения прибыли:

- нанять этого или другого тренера;
 - работать самостоятельно и заниматься самообразованием;
 - что быстрее окупится: книга за 600 рублей или тренинг за 10 000 рублей.
- Можно деньги тратить, а можно вкладывать. Какой вариант прибыльней?

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.