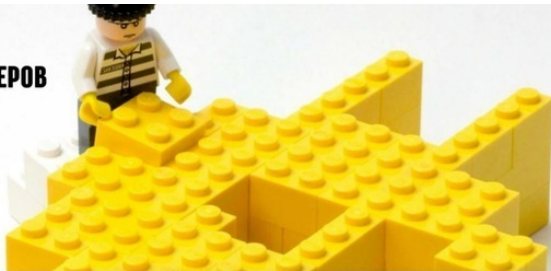


ТРЕНИНГ ТРЕНЕРОВ



АЛЕКСЕЙ ОСИПЕНКО

**КАК СОБРАТЬ
БИЗНЕС-ТРЕНИНГ
ЗА 2 ДНЯ**

КОНЦОВКИ
ПРЕЗЕНТАЦИИ
ВОПРОСЫ
УПРАЖНЕНИЯ

КОНЦОВКИ
РАЗОГРЕВЫ
ЗАДАНИЯ
ДИАЛОГИ

МИНИЛЕКЦИИ
ГЕЙМИФИКАЦИЯ
РАЗДАТКИ
УПРАЖНЕНИЯ
ЗАКРЕПЛЕНИЯ



КОНСУЛЬТАЦИЯ

ПРЕЗЕНТАЦИИ
УПРАЖНЕНИЯ
РАЗДАТКИ
СВЯЗИ

Алексей Осипенко
**Как собрать бизнес-
тренинг за 2 дня**

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=67029060

ISBN 9785005589514

Аннотация

Пошаговая технология создания тренинга: от выбора темы до создания рабочей тетради, презентации и добавления в тренинг элементов геймификации. Вы научитесь ставить цели тренинга, составлять план, наполнять теорией, упражнениями, диалогами, обратной связью, начинать и заканчивать тренинг.

Содержание

введение в профессию	5
понятие сверхэффективность	6
свободный потенциал	8
роль тренера в жизни человека	9
тренер – это носитель технологии успеха	11
три фактора, влияющих на	13
1. изменчивая среда	14
2. ограничение или человеческий фактор	17
3. амбиции (позитивные ожидания)	21
собственника	
модуль «тренер»	26
четыре метода создания тренинга	27
задание	33
алгоритм создания тренинга	34
1 шаг. постановка целей тренинга	37
эмоции, состояния	40
Конец ознакомительного фрагмента.	42

Как собрать бизнес- тренинг за 2 дня

Алексей Осипенко

© Алексей Осипенко, 2021

ISBN 978-5-0055-8951-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

введение в профессию

приветствую вы приняли очень важное и правильное решение для своей жизни освоить профессию бизнес-тренера. меня зовут алексей осипенко и я поделюсь с вами 25 летним опытом, который я упаковал в схемы, шаблоны, инструменты, методики и помогу вам быстро достичь ваших результатов.

сегодня мы поговорим на тему введение в профессию, важность бизнес-тренера для бизнеса или почему на нас всегда будет спрос.

понятие сверхэффективность

начнем с базового понятия сверхэффективность. что такое сверхэффективность и какая связь сверхэффективности с тренером.

каждый человек реализует себя в профессиональном ключе до какого-то уровня. каждый может зарабатывать сколько-то денег пользуясь тем, что есть в нём, его естественные способности помогают вам зарабатывать столько денег, сколько вы зарабатываете; делать столько звонков, сколько вы делаете; выполнять такой объем работы, который вы выполняете и для этого вы пользуетесь вашим естественным уровнем и имеете свою естественную эффективность. но над вашим естественным уровнем существует другой уровень эффективности, который вы могли бы реализовывать – это сверхэффективность. я специально использую метафору человек-паук. обычный парень укушенный каким-то существом, становится сверх эффективным и начинает жить и работать на таком уровне на котором он самостоятельно жить и работать не мог, так вот тренеры это люди которые помогают людям, другим людям достигать состояния сверх эффективности. вот если бы вас не было, то люди которые однажды вас встретят и будут у вас учиться, они работают там на сколько-то процентов, там допустим на 25%. но благодаря тому, что вы носитель некой технологии и некого запала, об-

щения с вами произведет в них изменения и они достигнут своей собственной сверх эффективности, то есть эффективность, которой будет выше чем их текущая естественная.

свободный потенциал

каждый человек живёт и раскрывает себя на какой-то процент от стопроцентного вложенного в него потенциала. кто-то на 20%, кто-то на 30%, 40%, 50%, 80%,90%. у каждого человека есть свободный нереализованный потенциал и когда тренер обращается к человеку, он видит вот этот нереализованный потенциал. человек обычно смотрит на свой реализованный потенциал и он говорит себе, миру, тренеру, руководителю своему: «у меня уже всё в порядке, я уже максимально разобрался и максимально эффективен.» но когда тренер смотрит на человека, он видит нереализованный потенциал, которого зачастую намного больше, чем реализованного и поэтому миссия тренера это вытащить из человека вот то, что в нём ещё дремлет и то, что ещё не реализовано. мы работаем со свободным дремлющим потенциалом и поэтому помогаем людям достигать сверхэффективности.

роль тренера в жизни человека

вы наверное поняли что в моей жизни есть дети их трое и есть мультики, поэтому я использую мультяшные образы, яркие красивые, интересные и данная история очень хорошо иллюстрирует мою мысль. когда «по» вот эта вот панда, пришел в монастырь к мастеру шифа. мастер шифу попытался его выгнать из монастыря и когда уже разочарованный по отправился домой, почему-то они снова встретились, я забыл мастер шифу его где-то подждал и по спрашивает шифу «мастер, как вы думаете зачем я здесь? почему я пришел сюда? почему я терплю всё это издевательство, которое вы на меня обрушили?» и ответ по в итоге на его же вопрос был следующий: «я хочу, чтобы вы сделали из меня, не меня. моя жизнь мне так опостылела, мне так всё не нравится во мне, что я хочу чтобы кто-то сделал из меня, не меня, другого человека, человека работающего или реализующего себя на уровне сверхэффективности.» и по пришёл к тренеру. роль тренера в жизни человека – это поднять нас на новый уровень, это поднять нашу рыночную стоимость, если мы говорим про бизнес реализацию, это поднять уровень наших возможностей.

некоторое время я занимался тхэквондо и в тхэквондо это работа ногами по очень высоким уровням. то есть нужно бить в основном в голову, но не только в голову, но удары

вот цель это туда. и когда ты уже взрослый мужик, то ноги поднимаются с трудом. и я помню интересную тренировку, когда нужно было много-много раз не опуская ноги на пол, ударить по лапе. и задача бывала бить по лапе, которая находится на уровне головы. но через 10—15 ударов естественно нога ослабевает и ты еле-еле бьёшь в уровень колена. и подходит тренер с лапой, держит ее в руках, там кто-то напарник твой держал и уже внизу, а подходит тренер с лапой и смотрит на тебя говорит: я не понял, я же сказал бить в голову, а ты говоришь сам себе и тренеру какая голова? тренер, я еле стою на ногах, моя нога уже не поднимается, он же ставит лапу на уровне головы и говорит тебе бей и ты вдруг к своему удивлению обнаруживаешь, что твоя нога начала подниматься на уровень головы. потому что тренер выводит человека на сверх эффективность.

вот такая роль тренера в жизни человека и вот такой профессией вы будете заниматься, вот этим вы будете заниматься и поднимать жизнь людей на уровень сверх эффективности. и надо понять, что без тренера это невозможно, поэтому рано или поздно будете вести переговоры и компании будут говорить: у нас всё в порядке, у нас обученные люди, мы всё сделали правильно и так уже продолжается 5, 8, 10 лет. будьте уверены они не живут на уровне сверх эффективности, они живут, работают на уровне естественной эффективности и вы можете им помочь.

тренер – это носитель технологии успеха

иногда конечно же от тренера ожидают нечто большего, чем он на самом деле может дать. люди хотят от нас гарантий результата, они хотят, чтобы мы не просто помогли им, мы что-то вложили в них, а они хотят чтобы мы взяли их за руку и привели их прямо к их клиентам, чтобы клиенты положили деньги в их карман. но нужно понимать мы этим не занимаемся, мы поднимаем человека на уровень сверхэффективности, но ответственность всегда остается на клиенте. и мы по сути являемся носителями технологии успеха, мы не должны всё делать, мы не должны воплощать это, мы не должны настраивать бизнес-системы, мы не должны контролировать, звонит человек или не звонит. это не работа тренера, это работа руководителя.

тренер же создает условия, учебный процесс, среду, в которой человек растет, в которой он осваивает новые инструменты, механизмы и образ мысли. но в итоге надо понять, вы носитель технологии успехов в выбранной вами области.

фраза от исхака пинтосевича. я учился у него тренингу тренеров, он мастер мэтр и мне понравилась его фраза – «люди могут достичь намного большего, но не знают как, а я знаю». запомните эту фразу, выучите её и повторяйте ее про себя. в этом суть работы бизнес-тренера, люди могут достичь

намного больше, но не знают как, а я знаю или а вы знаете.

три фактора, влияющих на эффективность бизнеса

я хочу объяснить вам, почему всегда профессия бизнес-тренер будет востребован. как бы ни говорили злые языки, что тренеров стало много и что это уже не популярно. на самом деле, всё наоборот, с каждым годом, с каждым витком развития, с каждым новым кризисом профессия бизнес-тренер становится более популярна и более востребована.

почему?

есть три фактора, влияющих на эффективность бизнеса:

- среда
- ограничения
- амбиции

и мы с вами можем помочь бизнесу преодолеть влияние этих негативных факторов и усилить позитивное влияние этих факторов.

1. изменчивая среда

каждый бизнес находится в окружении внешних факторов, которые постоянно меняются. в отличие от любых других областей жизни, где прослеживается большая стабильность: отношения между людьми, отношения внутри семьи, в воспитании детей, работа со своим телом, но бизнес это такая среда, где постоянно всё меняется.

три фактора изменчивой среды:

– технологии.

если какое-то время назад, человек открыл свой бизнес, достиг некой стабильности, у него теперь есть несколько магазинов. туда приходят люди, они покупают что-то, уходят, иногда приходят снова и у него идёт бизнес-процесс. вдруг появляется новая технология, появился интернет. и теперь люди не хотят приходить в магазин. и не столько людей, сколько раньше приходят в магазин. и человеку придется гнаться за технологиями. ладно технологии, он научился делать яндекс директ, у него теперь есть сайт. а вот теперь оказывается нужно работать через соцсети. он только успел научиться работать с соцсетями, теперь оказывается все давно уже продают в мессенджерах. он только научился работать с мессенджерами, что то сейчас родиться уже ещё следующий шаг, теперь оказывается в мессенджерах есть чат боты и нужно за этим гнаться, иначе мир уйдёт и ты останешь-

ся без клиентов, со своими маленькими магазинчиками. ну чтобы вы не подумали, что технологии это только интернет и это только уход в онлайн, нет.

есть другая ситуация. жили-были рекламные кампании, которые зарабатывали благодаря тому, что искали клиентов в интернете и что-то для них в интернете делали. вдруг оказалось, что клиентов в интернете теперь не так-то много или найти их достаточно сложно, потому что реклама стала в интернете очень дорогой. и эти ребята вынуждены осваивать технологии холодных звонков, прямых переговоров, презентаций, которые кажутся архаичными инструментами. но на самом деле для них это шаг в будущее. в итоге вот эти изменчивые технологии, в той или иной среде, это постоянный фактор, который вынуждает компании обращаться к тренерам, обращаться к вам, чтобы быть в тренде, чтобы осваивать то, что приносит им деньги сейчас.

– конкуренция.

всё близко, технологии, конкуренция, клиенты. всё близко, но в чём особенность конкуренции? чем рынок становится динамичнее, интереснее и много образования по открытию бизнеса. то теперь, ты мог открыть свой бизнес, в районе по продаже например керамической плитки. и у тебя есть салон и ты вроде бы выстроил рекламу в интернете и всё у тебя хорошо. как вдруг появляется еще два-три конкурента, которые работают точно так же, как и ты. и теперь тот рынок, который до сих пор тебя кормил прекрасно, больше

не может тебя прокормить, потому что появляется конкуренты и борьба с конкурентами, это причина почему компании будут обращаться к бизнес-тренерам. а почему они обращаются к бизнес-тренерам? потому что мы носители технологии успеха, мы знаем, как им победить конкурентов. слово «мы знаем» держите в кавычках. мы рано или поздно это узнаём. не каждый из нас, не в каждой ситуации и не в каждой теме, будем со смирением подходить к нашей работе.

– клиенты.

под влиянием технологий и под влиянием конкуренции, клиенты меняются. раньше клиенты, которые покупали что-то спокойно в первой встрече, без разговоров, теперь нуждается чтобы им 10 раз перезванивали. чтобы им ещё что-то написали, чтобы им обязательно прислали продающее видео, чтобы с ним встретились. а эти теперь не хотят встречаться, эти хотят разговаривать только в онлайн, а кто-то из предприниматель говорит, а я не хочу в онлайн ни с кем разговаривать. и в итоге изменчивость клиентов, это тоже фактор неопределенности и из-за этого компании обращаются и будут обращаться к тренерам, то есть к вам.

следующий фактор, который влияет на эффективность бизнеса и я здесь описываю негативную его сторону.

2. ограничение или человеческий фактор

первое, что влияет на эффективность бизнеса: – - недостаток личной энергии и силы у сотрудников. вот просто люди имеют разную внутреннюю силу и разную энергию. и когда энергия низкая, бизнес работает плохо. это значит мы можем поднимать развивать личную силу и поднимать энергию людей.

– бездействие – иной раз это результат недостатка личной силы, личной энергии, но в итоге просто нужно действовать, а человек не действует. это такой эмоционально-волевой фактор. вот ну нужно звонить, а люди не звонят, нужно проводить с сотрудниками планерки, а директора не проводят. бездействие и опять же приходит тренер и может что-то изменить. может как-то направить, может как-то стимулировать.

– низкая мотивация. это причина, почему люди не хотят продавать, потому что у них низкая мотивация. и руководители не знают, что с этим делать и нанимают бизнес тренеров. да, иногда мы работаем как психологи, потому что у многих сотрудников в компании, которые вы будете тренировать психологические травмы, разочарования, страхи, страх отвержения, страх потери работы, страх чего угодно. и это всё влияет как на человека, так и на бизнес в целом.

и мы бизнес-тренеры, можем с этим что-то делать.

– усталость – это ещё один из факторов, который тоже перекликается как с низкой энергией, так и с низкой мотивацией. люди, которые работают в компании ваших потенциальных клиентов, являются источниками массы ограничений для роста бизнеса. и поэтому этим бизнесом нужны вы, нужны мы. для того чтобы помочь с этим справиться.

ментальные проблемы, или ментальные ограничения:

– узкая карта. помните да, карта это не территория изнутри, карта – это картина мира, это то как человек воспринимает реальность, через какую призму он ее пропускает и как бы вот внутри своей карты мы живём. в итоге, у людей, которые работают в бизнесе зачастую узкая карта. в их карте, в их картине мира, не хватает каких-то эффективных подходов, эффективных методов, эффективного отношения к ситуации.

приведу пример: люди привыкли, клиенту нужно позвонить, потом предложить, если клиент сказал нет, то пойти дальше. всё, в его карте есть только три шага. а на самом деле, в правильной карте, это только начало пути. на самом деле звонок, предложение да/нет, это вообще не про продажу, это скорее познакомиться. а настоящая продажа начнется дальше, когда ты будешь утеплять свою аудиторию, делать повторные звонки. встречи. продажи и так далее. но если у человека карта узкая, то он туда не вмещает ничего,

что может принести ему результат и тренер должен прийти и расшатать карту клиента, расширить её и дать возможность повысить эффективность именно через это.

– нет актуальных знаний. вот все уже давно знают, что такое спин и все уже давно применяют правильный вопрос на переговорах, а ты всё ещё не знаешь, а ты всё ещё приезжаешь на переговоры, выхватываешь свою презентацию и начинаешь вываливать ее на клиента. и тебе клиент говорит нет, извините, спасибо нам ничего не надо. нет актуальных знаний.

– нет навыков. в наших клиентах нет навыков, потому что бывает такое что человек уже и книжки прочитал и тренинг прошёл и старшие товарищи ему что-то рассказали. но навыков он так и не обрел. и тренер приходит, чтобы помочь сформировать ему навыки.

– необучаемость, ещё одна глобальная проблема, которая существует в головах сотрудников, наших клиентов, наших клиентах, в наших будущих учениках. взрослые люди, многие потеряли способность обучаться и поэтому вот эти все новые технологии, расширения карты, новые стратегии для большинства взять и вложить свою голову практически невозможно и директора хватаются за свою голову, говорят да что ж такое? я же ему говорю, мы же его обучаем, а ничего не изменяется. потому что люди, в большинстве своём взрослые, необучаемы или очень сложно обучаемы. и именно поэтому ваши директора будут нанимать вас, как людей спе-

циально обученных обучать необучаемых людей, а мы действительно обучены, мы знаем как работать с необучаемыми людьми, мы знаем как расшатать карту клиента, мы знаем как заставить людей учиться развиваться, потому что мы носители технологии успеха.

– самомнение. иногда человек, нельзя сказать, что он необучаем, всё у него хорошо, но он в какой-то момент времени настолько решил что всё знает, что перестал развиваться. и это очередной ограничивающий фактор с которым мы с вами будем сталкиваться. но к счастью мы знаем, как с этим бороться и как помочь человеку выйти из своей скорлупы самомнением и начать наконец развиваться.

3. амбиции (позитивные ожидания) собственника

и здесь почему нас приглашают? почему тренеров приглашают? почему тренером платят? потому что люди хотят **больше денег** и для нас это очень хорошо. даже когда человек заработал уже много и у него уже есть land rover последней марки и компании. и он уже ездит отдыхать куда угодно, но всё равно хочет большего. поэтому вполне нормально, что человек пригласит вас и попросит вас каким-то образом ему помогать.

если не больше денег, то люди хотят **лидерства**. лидерство или признание, поэтому многие компании с которыми будете работать, это будут компании, не выживающие, не собирающие последние крохи. и они будут лидерами рынка. поэтому благодаря вот этим амбициям, компании будут приглашать вас.

и наконец, люди хотят **наслаждаться жизнью**, то есть они хотят, как говорится выйти из операционки, они хотят более профессиональных управленцев, которые заберут с них проблемы, они хотят более профессиональных, самостоятельных сотрудников. и вот это желание не просто зарабатывать деньги, но и наслаждаться жизнью. это очередная причина, почему люди обращаются к тренерам. и я бы даже сказал, что иногда это даже не только бизнес-тренеры

но это какие-то лайф-коучи, какой-то личностный рост. может быть какие-то мягкие темы, психологи, коучинг и так далее.

почему профессии бизнес-тренер будет всегда востребована? потому что есть факторы влияющие на эффективность бизнеса и без тренеров наши клиенты не справятся.

есть такая претензия у клиентов иногда, вот мы проводили тренинг два года назад и вы знаете хватило только на месяц, ну или на 2 месяца. и это странная претензия, странное ожидание у людей, что если провести какое-то мероприятие, однодневный тренинг, а потом ничего с этим не делать системно – это вдруг будет работать вечно. конечно нет. тренинги – это как хороший бензин в хорошую машину. его надо постоянно наливать. естественно нельзя один раз потренироваться и забыть. даже если компания тренируется редко, для того чтобы эффекта тренинга продолжался, их система управления должна поддерживать тренинговый эффект.

когда будете вести переговоры с клиентами и слышать их недовольные отзывы или претензии, вы поймите для себя, что эти все отзывы от необразованности, от непонимания процессов обучения. но вы для себя будьте заряжены, продавая компании свои услуги, продавайте их в долгую. объясняйте, что должна быть система – это постоянная прокачка, постоянное вливание. и вот тогда тренинги приносят долго-

срочный, серьезный эффект. и компании реально вырастают в продажах на 100% за год они могут вырасти, потому что их кто-то хорошо потренировал. это мои истории. люди могут увеличить эффективность в четыре раза индивидуально, пройдя даже короткий тренинг. это тоже мои истории, истории про моих слушателей.

то есть тренинги работают, но работают, если их практиковать системно.

история из разговора с одной моей клиенткой, она прямо заряжена на обучение, она очень много вкладывала в обучения, покупая обучение у меня, не только у меня. и она постоянно тренирует своих сотрудниц сама, но каждый раз когда я с ней разговариваю у неё есть претензия, не к тренингу, а к жизни в целом. она говорит: « послушайте, алексей, вот вкладываю, вкладывают, тренирую, тренирую, а вот сильного роста никак не ощущаю.» и первая моя реакция: « да, ой слушайте виноваты мы, виноваты все мы. плохо обучаем.» но на самом деле ситуация совсем в другом, она очень успешна. её компания очень успешна, она очень динамичная и очень успешна. и она создала своей компании такую ситуацию активных продаж, которые в компании ее сектора, вообще нигде больше не практикуется. и она говорит: « слушайте алексей, вот всегда не могу найти сотрудников, вот нет сотрудников, которые могут удовлетворять требования нашей компании. и вот мы их учим, учим, а еле-еле всё рас-

тёт.» и я вдруг осознал и говорю: « послушайте, что на самом деле происходит. вы берёте с рынка людей, которые вообще не способны к активным продажам, они вообще не думали об этом и не собирались этим заниматься, они вообще нулевые. благодаря своей системе обучения внешней и внутренней, вы поднимаете этих людей на совершенно новый уровень сверхэффективности и они в этом уровне сверхэффективности постоянно работают. вы руководитель к этому уже привыкли и вам кажется, что это уже не уровень сверхэффективности, это уже некая норма и вам надо идти дальше. но на самом деле, дальше вам вот не пойти, уже вот в этом вопросе, потому что вы итак благодаря своей системе, подняли эффективность очень высоко, вам остается работать только с индивидуальными людьми. кто отстаёт от более быстрых и от более успешных.»

я говорю о том, что обучение в любом случае поднимает любую компанию на уровень сверхэффективности, вытаскивает из нее скрытый потенциал, в какой-то момент руководитель перестает это осознавать и хочет большего. и да, тут конечно же для того, чтобы идти дальше, тут придется иной раз поменять персонал и найти людей которые в принципе готовы прыгать выше. потому что у каждого из нас есть какой-то, ну ближайшая зона развития, кто-то уже готов прыгать на 2м, кто-то уже готов прыгать на 3м.

так вот, повторяю вас всё, что я вам рассказал, я показы-

ваю вам этот слайд. я прошу вас внимательно на него посмотреть, он отражает основные смыслы нашего вводного урока и в задании этого урока я попрошу вас

прокомментировать этот слайд, то есть напишите какой смысл скрывается за каждый из этих картинок и за каждой из этих диаграмм.

а мы продолжаем работать в тренинге «тренеров сотня» и идти к вашей цели создавать, продавать и проводить тренинги с гонораром до 100.000руб за день тренинга. поехали.

модуль «тренер»

**Создаем за «2 дня» полезный тренинг для компании
на 100 т. р. за день тренинга,
даже если вы пока не имеете опыта и знаний.**

создаем за «2 дня» полезный тренинг для компании на 100 000 руб. за день тренинга, даже если вы пока не имеете опыта и знаний.

вот такая наша с вами задача и моя цель, чтобы вы научились создавать тренинги быстро, буквально за два дня, даже если в какой-то теме ещё не имеет опыта и знаний. вы этому научитесь, я вас расскажу, покажу, как это работает.

четыре метода создания тренинга

Как создать тренинг

1. От опыта.

Систематизируете свои знания и опыт и делаете тренинг.

2. От материала.

Изучаете готовый материал, книги и делаете тренинг.

3. От запроса клиента.

Слушаете, что хочет клиент и делает тренинг.

4. От диагностики.

Сами находите то, что нужно развить и делаете тренинг.

как создать тренинг. давайте посмотрим на большую картину этого процесса, откуда вообще может взять тренинг, как он может появиться или как вы можете его делать:

– **от опыта.**

если вы уже состоявшийся эксперт в какой-либо теме, вы уже много учились и практиковались, то вам вообще не составит никакого труда написать программу и наполнить тренинг чем-то полезным, то есть первое – это опыт. все, что вам нужно будет сделать в этом случае – это систематизировать свои знания и опыт, и сделать тренинг.

– от материала.

если вы вообще не имеете пока что знаний и опыта в какой-то теме, в которой вам нужно сделать тренинг, либо у вас есть знания, опыт недостаточен или недостаточно информации, то соответственно вы сначала изучаете какой-то готовый материал, читаете чьи-то книги, смотрите чьи-то видео, а потом делаете тренинг. естественно вы комбинируете первый, второй вариант создания тренинга, что-то вы берете из своего опыта, что-то вы берете из книг, но здесь добавляется необходимость повысить свою экспертность или в любом случае, это вам задание, какую бы тему вы не выбрали и как бы вы не ощущали себя в этой теме сейчас, вы должны сразу либо купить, либо скачать несколько книг, которые считаются классикой вот в вашей теме и параллельно с созданием тренинга эти книги читать, и уже смотреть на структуру, смотреть на теоретические блоки, которые там раскрыты и добавлять в свой тренинг. значит уже сейчас думайте, какие книги вы для себя будете использовать и также к книгам добавляйте какие-то тренинги, которые вы можете посмотреть на ютубе или может быть даже вы сходите на какой-то

тренинг специально для того, чтобы посмотреть чем наполняют другие авторы свои программы. когда я готовил тренинг тренеров, то я начал это делать и посетил специально несколько топовых курсов дорогих, чтобы понять чему учат мои коллеги. а что касается книг – это самый лучший метод, который я использовал в самом начале своего пути, когда мне нужно было делать тренинг по продажам. а у меня не было тренинга по продажам, я взял две книги: николая рысева и сергей реблика, внимательно их изучил, проштудировал и на их основе сделал свой первый тренинг и до сих пор в принципе он таким у меня и остается, только он пополняется, расширяется, но в основе было всего две книги и я уже заработал достаточно денег на этом тренинге и провёл уже его там 1000 раз.

– от запроса клиента.

в данном случае вы вообще можете изначально не иметь никакой гипотезы перед созданием тренинга и не иметь никакой темы перед созданием тренинга. вы просто встречаетесь с клиентом, спрашиваете у него, что у него болит и что он хочет сделать или что ему нужно. клиент накидывает вам каких-то вариантов и вот теперь вы уже заглядываете в свой опыт и отвечаете на вопрос «смогу ли я что-то предложить»? если вдруг в своем опыте вы не находите ответа, но вы готовы взяться за эту работу, то вы отправляетесь за книгами, к другим тренерам, что-то смотрите и отвечаете на запрос клиента. но теперь уже ваш тренинг рождается от за-

проса, даже пункты вашего тренинга могут родиться, потому что с клиентом вы это вот именно так проговорите. Это очень интересная время, когда мы – тренеры делаем тренинги от запроса клиента. обычно это либо начало пути, когда своих готовых ещё нет и когда мы толком не знаем, что именно нужно клиенту и это нормальная ситуация и поэтому мы слушаем, слушаем, слушаем, слушаем... постепенно мы понимаем, что на самом деле у большинства клиентов проблемы одинаковые и уже через какое-то время у вас рождается стандартная программа, которую вы просто время от времени немножко корректируете. а в рамках этой идеи или этой методики рождения тренинга, вам нужно прямо уже сегодня, завтра, послезавтра начать встречаться с вашими потенциальными клиентами или с людьми, которые хорошо знают проблематику ваших клиентов и просто спрашивать у них, что у них болит и что бы они хотели с этим сделать. вне зависимости от того, какой вы эксперт, вне зависимости от того, сколько книг вы читаете, вам нужно начать активно встречаться с клиентами, другой вариант если вдруг вы сейчас вот не можете это сделать или вы совсем не знаете куда идти, вы должны начать смотреть и слушать всё, что может дать вам ответ на вопрос, что же нужно вашему клиенту, какие проблемы есть у компании такого то типа, с какими проблемами сталкиваются риелторский компании, что об этом пишут, говорят руководители компаний или там продавцы, может с какими проблемами сталкиваются it компании, с какими

ми проблемами сталкиваются логистические компании, то есть в зависимости от выбора вашей ниши или вашего клиента идёт тема, в которой вы работаете. вам нужно туда погрузиться, чтобы понять, что же они хотят.

– метод создания тренинга от диагностики

в данном случае вы спрашиваете, что нужно не заказчику, директора компании или ропа, руководителя по продажам или ичара, а вы проводите аналитику самих сотрудников, которых вам нужно будет обучать. делаете некую диагностику. более подробно о диагностике, как о продукте, который вы тоже можете продавать, мы поговорим в модуле «бизнес-гуру», а сейчас я буквально накидаю вам несколько идей, чтобы вы чувствовали себя более-менее уверенно, но в конечном счёте вам просто нужно научиться задавать правильные вопросы к сотрудникам и они сами вам смогут раскрыть и рассказать, что же у них болит, что им нужно и тогда уже на основании вот этой диагностики вы сделаете тренинг.

итак, диагностика может быть в виде текста или опросника. вы делаете там анкету из 10 вопросов, раздаете всем, собираете и получаете определенное представление. в этом опросник вы спрашиваете, допустим, что какие проблемы есть у людей, что они знают, что они применяют, что применяется легче, что сложнее применяется, чтобы они хотели знать, применять, делать и в итоге вы делаете опросник.

2 вариант диагностики – это наблюдение.

вы либо физически можете наблюдать за работой людей в торговом зале, сидеть рядом, когда он звонит или же слушать записи телефонов. записи телефонных разговоров я имею ввиду. итак это наблюдение

3 вариант диагностики – это анализ результатов деятельности. ну например, анализируйте отчёты по результатам продаж, по процессам продаж, если у них есть cgm система, они фиксируют свои действия. в итоге вы анализируете вот какой-то материал, который остается после работы человека и на основании этого делаете свой вывод и добавляете в свои диагностики какой-то пункт или какую-то идею, которую вам нужно в тренинге проработать. ну вот так.

давайте повторим: от опыта, от материала, от запроса клиента, от диагностики. ваша задача повторяю, сейчас нужно будет выполнить задание, написать это всё.

Задание

1. определите, опишите коротко вот ваш реальный опыт, в той теме, которую вы для себя выбрали. ещё раз, это нужно больше вам. вот что вы можете дать, вот себя никак не готовясь, больше ничего не изучая, прям вот выгрузить там 5,6 пунктов, что вы реально умеете, знаете в вашей теме.

2. напишите, напишите какие две книги будете использовать для создания вашего тренинга.

3. напишите, кому вы сможете пойти в ближайшее время, чтобы по задавать ему вопросы и взять запрос от клиента.

4. напишите анкету. составьте самостоятельно анкету из 10 вопросов, чтобы вы могли провести диагностику в виде опросника о ваших потенциальных учеников.

всё, за работу. я уверен, что у вас получится очень хорошо и после выполнения этой задачи вы ощутите в себе очень мощный прилив уверенности и силы, и готовности достичь своей цели. работайте!

алгоритм создания тренинга

- Цель тренинга
- Краткая программа
- Список навыков
- Список теоретических блоков
- Список диалоговых модулей
- Список упражнений
- Список вариантов обратной связи
- Создание подробной программы
- Наполнение программы



сейчас кратко за несколько минут я покажу вам тот путь, который вам предстоит пройти в ближайшие несколько недель. для того, чтобы вы знали, куда вы на самом деле идёте и осознавали важность каждого шага, который вы будете отдельно прорабатывать.

итак, для того, чтобы создать тренинг вам нужно будет:

1. поставить цель тренинга или цели тренинга более правильно,
2. написать краткую программу, программу по блокам,
3. составить список навыков, которые вы хотите в тренинге привить вашим ученикам, потом

4. составить список теоретических блоков,
5. список диалоговых модулей,
6. список упражнений,
7. список вариантов обратной связи.
8. после этого создать подробную программу пункты с подпунктами и с элементами наполнения.

8. и в финале наполнить свою программу упражнениями, теорией, отработкой, обратной связью, вопросами и так далее.

обратите внимание на четыре выделенных синих цветом строчек и на колесо, которое находится в правой части слайда. это называется тренинговых атом. внутри каждого модуля тренинга, каждого блока, каждый темы тренинга должен быть тренинговый атом. тренинговый атом может длиться 10 минут, 15 минут, час, полчаса, 2 часа, но у любом случае, когда вы хотите какую-то идею донести до человека в тренинге, вам нужно, чтобы у вас была мини лекция или теоретический блок, теоретическая идея, которую вы доносите до человека. должен быть диалог с залом, благодаря которому вы запускаете процесс творчества, осознания, понимания проблем и так далее.

это диалоговые модули (номер 4). у вас должно быть упражнение какое-то, на закрепление, отработку. это список упражнений для этого вы составляете и у вас должна быть корректирующая обратная связь по выполненным упражне-

ниям, работе. и для этого вы составляете список вариантов обратной связи. и я вам все расскажу, какие что может там быть, из чего это может состоять. но в итоге, вот ещё раз: 9 основных шагов, будут еще несколько шагов, но они такие «мелкая нарезка» в общем программе их будет больше, чем девять. но вот пока, что достаточно, держите в голове вот эти 9. и понятие «тренинговый атом», мини лекции, диалог упражнения, корректирующая, обратная связь.

переходите к следующему уроку, ставьте цели вашего тренинга.

1 шаг. постановка целей тренинга

1. Постановка целей тренинга



- 1. Состояние.** Энергия, эмоции.
- 2. Отношение.** Ценности, отношение к трудностям, вера в продукт и компанию, отношение к клиенту, к себе...
- 3. Инструменты.** Программы, скрипты, шаблоны, схемы...
- 4. Навыки.** Речевые, административные, технические.
- 5. Стратегии.** Последовательности действий для получения результатов.

мы переходим к алгоритму создания тренинга и наш первый шаг в этом алгоритме – это постановка целей тренинга. прежде чем вы будете создавать материал вам нужно понять зачем, что именно вы хотите сделать в вашем тренингом, с вашими учениками. и сейчас мы будем думать ни о заказчике, директоре, который платит вам, а у самих учениках, о сотрудниках, которых вы будете обучать. и так, когда мы

говорим о цели, целях тренинга, то цели могут относиться к пяти категориям:

- состояние
- отношение
- инструменты
- навыки
- стратегии.

под состоянием я имею в виду влияние или изменение эмоций учеников или их там энергии.

2. отношения: я имею ввиду изменения ценностей учеников, отношение их например к трудностям, отношение к их продукту, вера в продукт и в компанию, отношение клиенту, отношение к себе ну и любое другое отношение. то есть это что-то связанное с не просто с информацией в голове, но это всё-таки такой фундамент интеллектуальной, это вот работы с отношением, вы будете работать с их установками, с их идеями, с их мыслями и так далее.

3. инструмент: инструменты – это какие-то конкретные вещи которые могут остаться в руках ваших учеников после тренинга. это какие-то программы, которых они узнают и поймут как они работают этот написанные скрипты прям какие-то конкретные фразы, последовательности фраз. может быть шаблон, наброски для проведения переговоров, схемы, чек листы и так далее. в общем нечто, что останется в руках ваших клиентов после тренинга и это поможет им достигать их рабочих целей.

4. навыки: навыки могут быть речевые, административные, технические. ну можно поставить многоточие. моя задача, дать вам само понимание идеи, не обязательно что-то исчерпывающие списки. речевые: то есть вы научите их что-то конкретное говорить или что-то конкретное делать как руководители или вообще делать что-то руками, технические навыки. и наконец

5. стратегии: цели могут относиться к объяснению стратегии или к созданию стратегии, то есть в результате обучения хорошо если у ваших учеников остаются понимание или прописаны последовательности действий для получения результата выбранный ими в сфере деятельности. ну давайте перейдём к примерам.

ЭМОЦИИ, СОСТОЯНИЯ

Изменить эмоцию

(страха, неуверенности, разочарования, паники, опустошенности, смятения...)

в ситуации

(звонка, переговоров, претензий, постановки задач, найма, увольнения...)

на эмоцию

(уверенности, спокойствия, смелости, радости, энтузиазма...)

если мы говорим про эмоции и про состояние, то написать его можно прямо так как я пишу на этом слайде. значит цель моего тренинга изменить эмоцию и дальше страх и неуверенность, разочарование, панике, опустошенности, смятении, фрустрации. в ситуации звонка, переговоров, претензии, постановки задач, найма, увольнение и любых ситуациях, то есть вы сами выбираете ситуацию. на эмоцию: уверенность и спокойствие, смелости, радости, энтузиазма. вот это цель относительно эмоций. прям возьмите эту фразу и наполните своим смыслами. может эта фраза может быть несколько, относительно одного тренинга. может вы поменяете как эмоцию страха, так и эмоции фрустрации на какие-то

другие эмоции.

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.