

Ю. А. Черников

ПСИХОЛОГИЯ КАК БИЗНЕС



Тропинка к здоровью

Юрий Черников

**Психология как бизнес. Как
психологу раскрутить себя**

«Питер»

2013

Черников Ю. Н.

Психология как бизнес. Как психологу раскрутить себя /
Ю. Н. Черников — «Питер», 2013 — (Тропинка к здоровью)

Автор – ученик хорошо известных бизнес-тренеров Николая Мрочковского и Андрея Парабеллума. В этой книге он дает пошаговую инструкцию по организации психологического бизнеса в современных условиях рынка на основе технологий бизнеса и инфобизнеса. Как сделать пси-практику прибыльной и гармоничной. Как использовать современные технологии инфобизнеса в психологическом ремесле. Как систематизировать пси-практику с помощью технологий маркетинга, продаж и привлечения клиентов. Эта книга для профессионалов, которые хотят получать от своей практики больше!

© Черников Ю. Н., 2013

© Питер, 2013

Содержание

Предисловие	5
Глава 1. Психологическая практика 2.0	7
Модель 1.0 и модель 2.0 – найдите тысячу отличий	8
Условия запуска системы 2.0	10
Ваша ниша	11
Выбор ниши: с чего начать	12
«Я хочу!»	14
«Я могу!»	15
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Юрий Николаевич Черников

Как психологу раскрутить себя

Предисловие

«Добрый вечер, давайте проверим, все ли в порядке со звуком... Отлично, звук есть. Супер. Так, поехали. Здравствуйте, дорогие друзья. Мы с вами сегодня откроем совершенно невероятную штуку. И тем, кто сегодня здесь, нереально повезло, потому что значение информации, которую я выдам, трудно переоценить. А тем, кто не дошел, не успел, реально не повезло...» – примерно такими словами обычно начинаются мои вебинары. К сожалению или к счастью, охватить всех желающих возможности нет. Именно поэтому я решил прибегнуть к старым добрым печатным изданиям.

Я – Юрий Черников. Человек, который учит психологов, тренеров и коучей строить гармоничную и, что не менее важно, прибыльную психологическую практику. Как правило, я работаю с психологами и людьми смежных профессий. Вашему вниманию предлагается моя первая книга. И написана она не для общего развития, а исключительно как руководство к действию.

Это пошаговая инструкция, наполненная практическими фишками и советами, которые вы сможете использовать в своей ежедневной работе. Я постараюсь в доступной и удобной форме изложить все то, что стало достижением моего безостановочного двухлетнего труда.

Если вы внедрите хотя бы 15–20 % того, что я здесь даю, всего за один вечер вы сможете зарабатывать 500, 1000, 2000 и более долларов! Помните, предела здесь нет – все зависит от вашей целеустремленности и желания двигаться вперед. Ваша основная задача – использовать эту информацию на практике, ведь обучение – процесс пассивный, и только внедрение приобретенных знаний или навыков приводит к успеху, который, по словам Ноа Вебстера, есть не что иное, как достижение желаемой цели.

В 2010–2011 годах я разработал систему психологической практики 2.0 на основе инструментов инфобизнеса. Она позволяет психологам, коучам и тренерам сделать свою практику прибыльной. Мой личный результат за полгода – это более 1 000 000 рублей.

За время своей карьеры я освоил следующие профессии: психотерапевт, психолог-консультант, преподаватель, тренер, инфобизнесмен. Сейчас я развиваю два направления: построение психпрактики для частных психологов, а также консалтинг по теме увеличения продаж в психпрактике для тренинговых центров.

Благодаря сочетанию этих навыков я смог не только найти работающие модели продвижения психуслуг, но и открыть для себя настоящую свободу, подкрепленную финансовой независимостью. Ведь моя профессия позволяет активно путешествовать по миру и открывать новые горизонты. Я живу практически по всему миру, много путешествую, лишь изредка приезжая в Москву для проведения живых мероприятий.

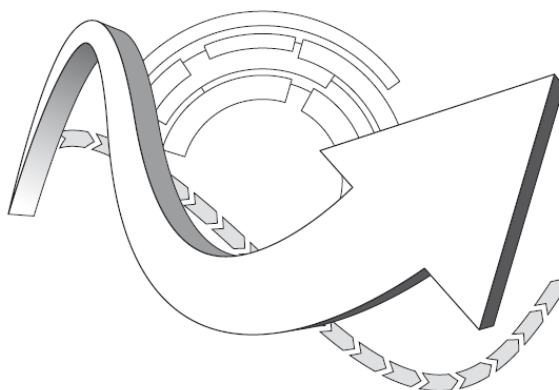
Психолог – это призвание, движущей силой которого является стремление помочь, исцелить, облегчить, направить. В свою очередь я помогаю психологам реализовывать их предназначение посредством грамотного продвижения своих услуг. Моя главная задача – это служение людям, моя цель – делать вас счастливее и богаче материально и духовно.

И если вы взяли в руки эту книгу – вы уже хотите и можете преуспевать!

Самое важное во всей информации, представленной в этой книге, то, что она обладает практической ценностью. Все, о чем здесь написано, на 90 % внедрено, апробировано и работает. Только применение полученных знаний принесет результат. Каждый день вы должны что-то внедрять, ведь никакое чтение информации не принесет денег или новых клиентов. Это оче-

видная истина, но почему-то многие слушают, говорят: «Да, я это знаю». Но когда проверяешь на практике любой из методов, изложенный в данной книге, обнаруживаешь, что результата нет. Вы должны каждый день напоминать себе о том, что ваш успех обеспечивается только внедрением, причем решающее значение имеет именно скорость внедрения. Подчеркиваю: не правильность в этой модели является решающим фактором, а скорость, потому что динамика мощная, интенсивность процессов высокая. Даже если вы привыкли делать что-то медленно и размеренно, помните, главное – действовать и внедрять каждый день.

Глава 1. Психологическая практика 2.0



Я начну с рассказа о том, что такое система 2.0, точнее – психологическая практика 2.0. Откуда она взялась и почему я ею занимаюсь? Отмечу, что это очень важный момент, и первую часть книги я посвящу разбору основополагающих вопросов, с которых, в общем-то, все и начинается.

В других разделах книги разбираются технологии, частично перенесенные с инфобизнеса и адаптированные под продвижение именно психологических услуг. Классические модели инфобизнеса в нашей ситуации нередко подводят, поэтому необходимо также уделить внимание тем элементам, которые не следует брать на вооружение.

Проблема в том, что некоторые психологи кидаются в инфобизнес, пытаясь с помощью некоторых простых на первый взгляд приемов продвигать свои услуги. Однако в итоге терпят поражение, потому что не знакомы с кухней инфобизнеса.

Итак, небольшая предыстория. Более двух лет я углубленно изучаю механизмы инфобизнеса. За это время я наработал определенные алгоритмы и технологии, благодаря которым возможно успешно продвигать и продавать психологические услуги.

И вы, уважаемые читатели, должны отчетливо понимать, что зарабатывать большие деньги психологической практикой – это более чем реально. А также стоит понимать, что это не одномоментное действие. Над системой необходимо упорно работать, особенно вначале.

Я неоднократно был свидетелем того, как с психологических тренингов на темы личностного роста люди возвращались вдохновленными и окрыленными, без сожаления расставаясь с немалыми суммами. Продвинутый психолог или коуч на одном-двух тренингах способен заработать миллион, и это не преувеличение!

Хорошие схемы работают, и недаром эти годы я посветил созданию таких схем. В результате родился проект под названием Psyflow. И цель данного проекта и этой книги – научить психологов продвигать свои услуги и зарабатывать на этом деньги.

Важно! Моя модель работает тогда, когда вы занимаетесь психологической практикой не потому, что это ваше хобби, а потому, что это источник ваших доходов, осознанно выбранная профессия. Когда вы горите на работе, когда вы влюблены в свое дело, когда у вас есть огромная страсть и большое желание помогать людям. Когда вы готовы отдавать (не брать от людей что-то, а именно отдавать) – вот тогда все получится! Это как в любви: отдавать хочется больше, чем брать. Любите своих клиентов – это ключевой элемент данной модели.

Модель 1.0 и модель 2.0 – найдите тысячу отличий

Модель 1.0 – это модель старшего поколения, схема вчерашнего дня. В этом случае мы заканчиваем вуз, затем повышаем свою квалификацию до уровня тренера-психотерапевта, психолога-консультанта, потом становимся гештальттерапевтами, «эриксоновцами», «телесниками»...

И после этого мы, гордые и благородные, хаотично пытаемся отыскать клиентов: вешаем какие-то нелепые объявления, проводим тренинги, которые никому не интересны, генерируем суперидеи, которые не покупаются, и плачем в подушку от нереализованности, неуверенности, отсутствия спроса на столь качественные услуги.

Пользуясь такой моделью, вы никогда не знаете заранее, придут ли люди на ваш супертренинг, а начиная занятие в назначенный день и час, насчитываете три с половиной человека...

Дело в том, что современный рынок перенасыщен психологическими услугами. Психологам-консультантам и тренерам становится все сложнее продвигать свою деятельность. Длительный дефицит клиентов ужасно демотивирует, и в итоге вы бросаете любимое занятие.

В ходе своей практики я определил пять основных ошибок, которые не позволяют психологу и тренеру получать клиентов, используя устаревшие методы:

1. Широкое позиционирование.

Только узкая специализация поможет выбраться из болота забвения и начать свой путь. В психологии не нужны специалисты широкого профиля, их и без вас хватает. Определите свою нишу!

2. Комплекс студента.

Психологи очень любят учиться и являются вечными студентами. Учиться, конечно, хорошо, но это мешает привлечению клиентов. Многие считают, что если они будут учиться, то смогут заниматься тренингами и консультациями. И это обучение может продолжаться месяцы и даже годы.

Дело в том, что клиентов не интересуют ваши сертификаты и дипломы. Человек обращается к вам за решением проблемы.

Ваше образование и количество клиентов не коррелируют. Они вообще не взаимосвязаны! Можете возразить, но так оно и есть.

3. Отсутствие качественного сайта.

Многие имеют сайт-визитку, но этого мало. Клиент заходит на сайт и видит, например, статью, написанную о его проблеме. Но прочитав эту статью, он, увы, к вам не обратится – и вы потеряете клиента. А все потому, что он вас не знает, к вам нет доверия. Статья в некоторой степени отражает ваш профессионализм, но этого недостаточно, чтобы человек взял и позвонил вам.

Итак, сайт-визитка нам не подходит, как минимум нужен блог, а еще лучше – рассылка.

4. Страх продаж.

Большинство психологов боятся продавать свои услуги. Они считают, что их услуги должны продаваться сами. Это неправильно. Клиенты не придут и не станут предлагать вам деньги просто так. Для того чтобы достойно зарабатывать в качестве психолога-консультанта или тренера, свои услуги нужно продавать.

Механизм продажи напоминает человеку о том, что у него есть проблема и ее надо решать как можно скорее, а еще лучше – прямо сейчас.

5. Продажа единичной консультации или тренинга вместо пакета услуг.

Это последняя большая ошибка психологов-консультантов и тренеров.

Дело в том, что ни один в мире психолог не может решить проблему клиента за одну сессию (сеанс). Необходим как минимум месяц совместной работы. Поэтому когда психолог пред-

лагает разовые консультации, а не комплекс услуг, клиент более одного-двух раз не появляется, даже если вы договорились о долгосрочной работе, и причин этому миллион: нет настроения, трубу прорвало, потерял телефон, вызвали на работу, естественное сопротивление процессу изменений в конце концов... В общем, перечислять можно долго.

Ваша задача – разработать программу, которая системно решает проблему клиента.

Более того, цельная программа воспринимается намного лучше, нежели сбивчивая разовая консультация, да и продается куда легче.

Если вы действительно хотите помогать своим клиентам, необходимо разрабатывать программы (минимум из четырех – восьми сессий). В противном случае вы просто занимаетесь халтурой.

Вывод: специализируйтесь на конкретных проблемах конкретных людей, продавайте им программы и комплексные решения, а не разовые сеансы. А для того, чтобы реализовать эту идею на практике, разработана модель 2.0.

В модели 2.0 все по-иному: прогнозируемо, измеряемо и контролируемо. Вы самостоятельно регулируете количество клиентов, объем доходов и постоянно расширяете свои возможности. А все потому, что 2.0 – это система, а не ожидание чуда, когда все наконец-то о вас узнают и к вам пойдут.

Главное отличие системы 2.0 от устаревшей модели 1.0 – это *делание*. То бишь вы обязаны трудиться, развиваться, суетиться, одним словом – работать, а не залезть на печь и бездействовать, оправдываясь перед собой и окружающими фактом не востребоваемости психологических услуг на отечественном рынке.

Условия запуска системы 2.0

Ниже приведены необходимые для успешного старта «настройки». Отсутствие хотя бы одной из них «дает вам право» ничего не предпринимать или продолжать упражняться по схеме модели 1.0.

Итак, условия:

1. *Желание.* Желание развиваться, трудиться и зарабатывать, одним словом – гореть! Собственно, это то, что отличает успешных людей от неуспешных. Спешите пополнить ряды первой категории.

2. *Делание.* Для достижения вашей высокой цели каждый день необходимо что-то делать, делать и еще раз делать. Банально? Да! Но что вы сделали, например, сегодня, чтобы продать свою услугу?

3. *Вхождение в поток.* Вы постоянно должны генерировать идеи для своего продвижения и успеха, искать и находить успешные схемы самореализации, неудержимо и безостановочно развиваться, подбирать и реализовывать различные модели. Вам нужно стать творцом своего завтра от первой и до последней минуты.

4. *Своевременность.* Лучше один раз вовремя, чем два раза правильно. Перфекционисты здесь могут сделать глубокий вдох – они хотят сделать идеальный семинар, они хотят сделать идеальный инфопродукт, они хотят сделать идеальный сайт, они всегда и все хотят сделать идеально. Но здесь это не работает, потому что это игра на скорость и реакцию. Сначала нужно делать хотя бы на троечку, и только когда что-то уже заработало – доводить до пятерки. Помните, сразу на пятерку ни у кого не получается!

Так, скажем, мой проект Psyflow был запущен на основе системы 2.0. Ему всего сто двадцать дней, а он уже принес мне более полумиллиона рублей. Это может работать и у вас.

Еще один пример. Около года назад я записался на тренинг Сергея Змеева «Хозяин судьбы». Сергей – психотехнолог и бизнесмен. Всего записались сто человек. Тренинг совершенно не касался темы денег, заработков или бизнеса. Он был посвящен вопросам, кто такой хозяин судьбы и как управлять своей жизнью. Такая банальная, избитая, немодная тема продалась на ура. Почему? Потому что ее хорошо преподнесли и правильно запустили.

Ваша ниша

Переходим к теме выбора ниши. Ниша – это ваше место под солнцем, ваша специализация и точка приложения сил. Эта тема становится краеугольным камнем в начале любой практики (особенно психологической). Почему так? Да потому что каждый новоиспеченный психолог считает себя большим знатоком человеческих душ и готов преуспевать в любом из направлений.

Он и гештальттерапевт, и коуч, и эксперт в области одиночества, и с фобиями работает, и психосоматикой интересуется – с ходу даже не обозначишь область, где он был бы профаном. С одной стороны, стремление развиваться в нескольких направлениях – это хорошо, а с другой – очень мешает продавать услуги.

Современный рынок психологических услуг, равно как и любой другой рынок, перенасыщен предложением. Психологов очень много, и ежегодно сотни молодых специалистов пополняют наши ряды. Как вы считаете, кто в такой ситуации имеет шансы на успех? Правильно – тот, кто лучше всех приспособился, а именно – занял узкую нишу.

Как бы не утонуть в этом водовороте? Как войти в свою нишу, где найдутся возможности для максимальной реализации? В этом вопросе, исходя из своего опыта, а также из опыта многих коллег, я дам вам один простой совет: не распыляйтесь!

Ваше стремление помочь клиентам, получить их расположение, завоевать доверие, почувствовать их сродни работе по строительству тоннеля. Вам нужно «докопаться» до своего клиента. И главное здесь – «копать» в одном направлении. Шагайте от простого к сложному. И даже если вы наконец-то нащупали нишу, помните, что это необязательно «то самое», чем вам придется заниматься до старости.

Я, например, некоторое время назад занимался вопросами предназначения и самореализации. Больше я этой темой не интересуюсь. Я исчерпал ее для себя. Затем, на удивление, меня заинтересовали темы, связанные с психосоматикой. Теперь коучинг.

Как видите, здесь сложно заранее предвидеть, что у вас «выстрелит». Но совершенно не стоит расстраиваться, если то, на что вы делали ставку, не принесло ожидаемого результата. Только правильно выбранная ниша позволяет надолго задержаться в какой-либо теме, а также развиваться в обозначенном направлении.

Возможно ли вести несколько ниш одновременно? Да, если темы смежные и в каждой из них вы чувствуете себя как рыба в воде. Но это приходит со временем и опытом. Повторяю, для начала определите одну тему.

Выбор ниши: с чего начать

Для начала необходимо обозначить круг интересных вам тем, их может быть три и даже пять, больше не рекомендую. Вы также можете развивать темы, по которым имеются наработки. Создайте список хорошо развитых направлений.

Берите тему с расчетом, что работать с ней вам придется не менее года. Помните о том, что тема должна быть актуальной для ваших клиентов и при этом желательна новой или узкой. Хорошо, если вы являетесь специалистом в намеченном направлении. Это практически гарантирует успешные продажи.

Лучше всего выбрать ту нишу, для которой вы сами являетесь потенциальным клиентом. Наверняка многие из вас сталкивались с подобной ситуацией, когда есть возможность предложить клиенту решение проблемы, которую вы сами когда-то успешно преодолели. Такие темы продаются лучше всего.

Определившись с темами, которым вы готовы посвятить себя в ближайшее время, переходите к рассмотрению ключевых проблем в каждой из них.

Допустим, ваша тема – межличностные отношения, целевая аудитория – женщины или молодые девушки, которые имеют проблемы в личной жизни, не могут найти спутника жизни, давно и безнадежно одиноки.

Ключевые проблемы в данной теме ясны и лежат на поверхности: неуверенность женщины в себе, ее неумение общаться, внешняя непривлекательность – вот уже три различных направления, в рамках которых вы можете выстраивать свою работу. Вы предлагаете клиентке конкретную программу. Это может выглядеть так.

1. Развитие уверенности в себе, преодоление страхов и комплексов.
2. Отработка коммуникативных навыков: как вести себя в компании малознакомых людей, как находить общий язык с коллегами и т. д.
3. Развитие сексуальности и женственности, повышение самооценки.

Соответственно, для каждого выбранного направления вы продумываете несколько ключевых проблем – тех, что препятствуют достижению удовлетворительного конечного результата. Далее для каждой проблемы вы прописываете так называемый код ключевой ошибки.

Для этого необходимо определить, какие ошибки для вашего клиента являются типичными, что он делает неправильно, пытаясь разрешить проблему самостоятельно. Таким образом удастся выявить основную ошибку и легко сориентировать клиента в верном направлении.

Рассмотрим проблему под названием «неумение общаться». Из нее вытекают некоммуникабельность, чрезмерное смущение. Перед нами девушка, стремящаяся найти себе достойного партнера, но она не в состоянии сделать первый шаг и ждет, когда ее выберут. Что в данном случае является ключевой ошибкой? Мы можем предположить несколько вариантов.

1. Зацикленность на собственных неудачах.
2. Нелюбовь к себе, самобичевание вместо самоуважения и одобрения своих поступков и внимания к победам и успехам.
3. Внешние проявления стеснительности, неуверенности: сутулость, лишние слова и движения, неумение или нежелание хорошо и ярко одеваться.
4. Мнительность. Чрезмерное внимание к словам окружающих, мнению о себе других людей.
5. Стремление избегать общения с противоположным полом и даже агрессия.

Вы видите, что данная тема богата и предполагает различные аспекты работы с клиентом. До того как человек придет на первый сеанс, вам необходимо разобрать тему до основания, выявить ключевые проблемы и ошибки, которые чаще всего допускаются. Ваша задача как специалиста – найти и предложить клиенту эффективные решения его проблемы.

Следует отметить, что с женской аудиторией работать значительно проще, эффективнее и интереснее, чем с мужской. Сильный пол более недоверчив к психологии.

Женщины, как правило, более открыты и эмоциональны. Они не желают мириться с неприятностями и стремятся всячески исправить ситуацию. Их волнует все, начиная с прически и заканчивая тестом на уровень гемоглобина будущего мужа. Бесконечны темы женственности, сексуальности, здоровья, внешней привлекательности и взаимоотношений с окружающими.

В отдельный раздел давно пора выделить психологию внешнего вида – сколько психологических проблем возникает только из-за неудовлетворенности собственной внешностью. Сюда же можно отнести и стиль одежды, имидж, стандарты веса и объема и т. д. Так что если целевая аудитория – женщины, то единственная ваша проблема, как я уже отмечал, – перенасыщение рынка психологических услуг. И здесь главная задача – найти и презентовать новую услугу, новый подход, а для этого прежде всего необходимо проработать собственную нишу.

«Я хочу!»

В этом разделе мы поговорим о возможностях вашего профессионального развития. Помимо знаний психологии вам также пригодятся жизненный опыт и личные качества. Любые дополнительные знания, навыки и таланты помогут в благородной профессии психолога.

После того как вы определили свою нишу, необходимо сделать подробный анализ и ревизию собственных знаний, подтянуть слабые места.

Эту книгу я задумывал для профессионалов – психологов, которые не мыслят себя никем иным. Только в этом случае возможен карьерный и личностный рост. И когда я говорю о том, что вам необходимо подтянуть слабые места, я надеюсь, что вы отнесетесь к этой задаче с полной ответственностью и мне не будет стыдно за вас перед вашими клиентами.

Итак, самый простой способ проверить свои знания – это самостоятельное тестирование. Допустим, у вас четыре темы: отношения в паре, психосоматика, депрессии, женственность. Вы составляете список сложных вопросов для каждой темы (как если бы вы проверяли знания психолога-конкурента) и против каждой темы ставите плюс или минус (оцениваете свои навыки и знания по этим вопросам). Вот, допустим, в вопросах коммуникабельности я эксперт, а в вопросах моды у меня минус. У меня есть природное обаяние и вкус, а вот по фэн-шуй – пробел. По результатам теста вы оцениваете актуальность собственных знаний и в этот же день принимаетесь за самообразование.

«Я могу!»

Так вы говорите себе после того, когда пришли к выводу, что результаты самотестирования неудовлетворительны.

Недостаточность знаний – не повод забросить всю эту психологию и заняться делом. Помните, что любые знания легко и быстро улетучиваются, если их не использовать. Нет причин расстраиваться и разочаровываться в себе, но есть причина для того, чтобы открыть книгу и вспомнить все, чему вы когда-либо учились.

Для начала выберите темы, в которых вы наиболее компетентны, после чего постепенно пополняйте копилку знаний, ведь даже самый сложный путь начинается с первого шага. Если вы горите желанием помочь человеку в какой-то проблеме – гарантирую, вы свернете горы!

После того как вы определили свою нишу, нужно сделать опрос на востребованность темы, которой вы планируете заниматься. Для этого нужно найти как минимум десять тематических сайтов либо десять тематических групп и проштудировать все материалы. Десяток – это минимум, лучше взять больше. Изучайте, что и какими словами ваши потенциальные клиенты говорят о той проблеме, с которой вы собираетесь работать.

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.