



Денис Сыч

Сертифицированный коуч ICF, Ведущий тренер Международного Эриксоновского Университета, Автор системы «Коучинг как гармоничный бизнес», Мастер-Тренер НЛП. Учредитель исследовательской команды HDTeam. Эксперт по продвижению и продаже коучинга Помогаю тренерам и коучам зарабатывать деньги!

Технологии продажи коучинга

В этой книге:

7 элементов для успешной продажи коучинга

9 качеств, необходимых успешному коучу

*18 элементов,
необходимых для успешной коучинговой практики*

Построение беседы при продаже коучинга



Денис Сыч

Технологии продажи коучинга

www.GreatCoach.ru

Москва

2011

ОГЛАВЛЕНИЕ

<u>ЧАСТЬ I. 7 ЭЛЕМЕНТОВ ДЛЯ УСПЕШНОЙ ПРОДАЖИ КОУЧИНГА</u>	5
КАЧЕСТВЕННЫЙ КОУЧИНГ	6
ИНСТРУМЕНТЫ И СПОСОБЫ РАБОТЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ВАМИ В КОУЧИНГЕ.	7
КЕЙСЫ	8
ИНФОРМАЦИЯ О ВАС	10
У КЛИЕНТОВ ДОЛЖЕН БЫТЬ ЖИВОЙ КОНТАКТ С ВАМИ	11
ФЕНОМЕН САМОГО СЕБЯ	13
СЕКРЕТНАЯ ТЕХНИКА «А ВСЕ ЛИ ВАМ ПОНЯТНО?»	14
<u>ЧАСТЬ II. БЫСТРОЕ ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ ДЛЯ УСПЕШНОЙ ПРОДАЖИ КОУЧИНГА</u>	15
БЫСТРОЕ ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ	16
<u>ЧАСТЬ III. 9 КАЧЕСТВ, НЕОБХОДИМЫХ УСПЕШНОМУ КОУЧУ</u>	19
БЫТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНО ЖИВЫМ ЧЕЛОВЕКОМ	20
ОБЛАДАТЬ ПРИЯТНОЙ ВНЕШНОСТЬЮ	21
БЫТЬ ЭКСПЕРТОМ В СВОЕЙ ТЕМЕ	22
БЫТЬ <i>ОТДАЮЩИМ</i> ЧЕЛОВЕКОМ	24
БЫТЬ ЛЮБЯЩИМ, НО СТРОГИМ «РОДИТЕЛЕМ»	25
БЫТЬ УСПЕШНЫМ В СВОЕЙ СФЕРЕ	26
НЕ СКРЫВАТЬ СВОИ НЕДОСТАТКИ	27
БЫТЬ ПРИМЕРОМ РАЗВИТИЯ	28
ИМЕТЬ ХОББИ	29

ЧАСТЬ IV. 18 ЭЛЕМЕНТОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ УСПЕШНОЙ КОУЧИНГОВОЙ ПРАКТИКИ **31**

ВЫ ДОЛЖНЫ ЗНАТЬ, КТО ВАШ КЛИЕНТ	33
БЛАНКИ И ШАБЛОНЫ, КОТОРЫЕ ВЫ ИСПОЛЬЗУЕТЕ ПРИ РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ	35
ПИСЬМО С ПРИВЕТСТВИЕМ	36
РАБОЧИЕ ТЕТРАДИ	37
САЙТ И/ИЛИ БЛОГ	38
СТАТЬИ И КНИГИ	40
АУДИОКАСТЫ И ВЕБИНАРЫ	41
ВИДЕОЗАПИСИ	42
ПРОДАЮЩАЯ ВИЗИТКА	43
СТИЛЬ	44
ФОТО-ПОРТФОЛИО	45
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СЕРТИФИКАТЫ	46
УЧАСТИЕ В ЖИЗНИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СООБЩЕСТВ	47
УЧАСТИЕ В ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ	48
НАЛИЧИЕ КЕЙСОВ	49
ОПЫТ ОПЛАТЫ КОУЧИНГА	50
ЮМОР	51
ЗАНЯТИЯ ВНЕ КОУЧИНГА	52

ЧАСТЬ V. ПОСТРОЕНИЕ БЕСЕДЫ ПРИ ПРОДАЖЕ КОУЧИНГА **53**

1. РАССКАЖИТЕ О СЕБЕ.	54
2. ЧЕГО ВЫ ХОТИТЕ ОТ КОУЧИНГА? КАКОЙ РЕЗУЛЬТАТ ВЫ ЖДЕТЕ?	54
3. ПОЧЕМУ ВЫ ОБРАТИЛИСЬ КО МНЕ ИМЕННО СЕЙЧАС?	55
4. ПОЧЕМУ ВЫ ПРИШЛИ ИМЕННО КО МНЕ?	55
5. ПОЧЕМУ Я ДОЛЖЕН ВЗЯТЬ ВАС К СЕБЕ В КОУЧИНГ?	55

ЧАСТЬ V. ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ 56

КАК ЧАСТО ПИСАТЬ О ТОМ, КАК КОУЧИНГ МЕНЯЕТ МОЮ ЖИЗНЬ? С КАКОЙ ПЕРИОДИЧНОСТЬЮ?	57
ЕСЛИ НЕТ СПЕЦИАЛЬНОГО МЕСТА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ СЕССИЙ, ВЫЕЗЖАТЬ ЛИ К КЛИЕНТУ ИЛИ ЛУЧШЕ ВСТРЕЧАТЬСЯ ГДЕ-ТО НА НЕЙТРАЛЬНОЙ ТЕРРИТОРИИ?	57
МОЖНО ЛИ ПРОВОДИТЬ КОУЧИНГ ПО СКАЙПУ?	58
КАКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В КОУЧИНГЕ, БЫЛО БЫ НЕПЛОХО УКАЗАТЬ В ОПИСАНИИ К ПРОЦЕССУ?	58
Я ХОЧУ ПОСТРОИТЬ СИСТЕМУ ПРОДАЖ СВОЕГО КОУЧИНГА ЦЕЛИКОМ, ОТ НАЧАЛА И ДО КОНЦА. УЖЕ ДЕЛАЮ ПЕРВЫЕ ШАГИ, НО ПОКА СИСТЕМА НЕ ПОЛУЧАЕТСЯ. СКОЛЬКО НА ЭТО УЙДЕТ ВРЕМЕНИ, УСИЛИЙ?	59
МОЙ ОСНОВНОЙ СТОПОР – НЕСПОСОБНОСТЬ ОБЪЯСНИТЬ ПРОСТЫМ ЯЗЫКОМ, ЧТО ТАКОЕ КОУЧИНГ. КАК ДОНЕСТИ ДО ЛЮДЕЙ, ЧТО ОНИ ПОЛУЧАЮТ, ОБРАЩАЯСЬ КО МНЕ?	60
МОЖНО ЛИ НЕ УПОТРЕБЛЯТЬ СЛОВО «КОУЧИНГ» В БЕСЕДЕ С КЛИЕНТОМ?	60
ЕСЛИ МОИ КЛИЕНТЫ ПРЕДПОЧИТАЮТ ПОЛНУЮ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ И НЕ ДАЮТ ОТЗЫВ?	60
У МЕНЯ ХОРОШО ПРОДАЮТСЯ РАЗОВЫЕ КОУЧИНГИ, А ПАКЕТ УСЛУГ ИДЕТ ПЛОХО. ЧТО ДЕЛАТЬ?	61
ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ КЛИЕНТ БЕЗОТВЕТСТВЕННО ПОДХОДИТ К ВЫПОЛНЕНИЮ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ?	61
КАКОВЫ САМЫЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ИНФОРМИРОВАНИЯ АУДИТОРИИ ОБ УСЛУГЕ КОУЧИНГА?	62
КАК ЛУЧШЕ ДОНЕСТИ ДО КЛИЕНТА, ЧТО ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА РЕЗУЛЬТАТ ЛЕЖИТ В КОНЕЧНОМ СЧЕТЕ НА НЕМ?	62
НЕ МОГУ УЛОЖИТЬСЯ В ЧАСОВУЮ СЕССИЮ, ПЕРЕХОЖУ ВРЕМЕННЫЕ РАМКИ. ЧТО ДЕЛАТЬ?	63
ЧТО ТАКОЕ КОУЧИНГ?	63

Часть I.

7 элементов для успешной продажи коучинга

Качественный коучинг

Как ни парадоксально, но именно так!

Что я имею в виду? Качественный коучинг – это коучинг, в котором вы доводите клиента до результата. Даже если вы недостаточно опытни. Не обращайтесь внимания, какую технику вы применяете, какие инструменты используете, главное – обеспечить клиенту результат. Именно за ним люди и приходят на коучинг.

Многим молодым коучам «внутренний греmlin» говорит: «Ну как же я могу гарантировать результат, я же только начал, качества еще нет...».

Поймите одну вещь: если вы молодой и начинающий, то так и говорите своим клиентам. Не надо этого бояться. Начните делать сессии, не скрывая своего опыта, и вы наберетесь опыта, сохранив свою репутацию. Если будете врать, что вы опытни, это будет сразу заметно. Лучше говорите: «У меня нет практики, но я провожу классные коучинговые сессии и довожу человека до результата», если, конечно, это в действительности так и есть.

Бывает, что некоторые люди начинают заниматься коучингом, чтобы, грубо говоря, «рубить бабло». При этом они не испытывают никакого драйва и интереса. Долго их карьера не продолжается – клиенты начинают понимать, ради чего это все, и уходят к другим. Поэтому если вы пришли в эту сферу исключительно ради денег – вам не сюда.

А если вы хотите вдохновлять людей на великие достижения и при этом зарабатывать хорошие деньги, то постоянно развивайтесь в коучинге и вы станете мастером.

Инструменты и способы работы, используемые вами в коучинге.

Если вы в рекламных материалах говорите, что вы коуч, а при этом используете гадание на рунах, посыпание пеплом убитых животных Африканской Республики, и, не дай Бог, воскрешаете мертвых, то есть делаете нечто мифическое, то зачастую это людей отталкивает. Речь идет, разумеется, об адекватных людях, а не о фанатиках. Если вы сознательно выбрали нишу фанатичных людей, тогда вышесказанное вас не касается.

Так или иначе, всегда лучше раскрыть перед людьми карты и рассказать, с помощью каких инструментов и методик вы будете вести их к результату. Загадки, с одной стороны, притягивают, а с другой – могут оттолкнуть, вызвать недоверие и подозрения в профанации. Нужно нечто, что будет понятно клиенту. Поэтому, описывая услугу, расскажите подробнее о процессе ее оказания – как будет проходить сессия, какие инструменты вы используете и так далее.

Кейсы

Кейсы - это истории успеха ваших клиентов, вас лично, или кого-то из тех людей, которые используют коучинг. Почему кейсы хорошо работают? Потому что, узнав о нем, ваш клиент начинает примерять описанный в кейсе успех на себя. И этот успех начинает у него ассоциироваться вашим опытом и с вами лично.

Отлично работают кейсы в формате отзывов. Например, ваш клиент рассказывает, что был в такой-то ситуации, у него был такой-то нерешенный вопрос, он записался к вам на коучинг и через определенное время решил проблему.

Важно транслировать отзывы по возможности как можно чаще, и посредством как можно большего количества медиа-каналов. Пишите об этом у себя на сайте, в блоге, в социальных сетях, в экспертном мнении для журналов. Если есть возможность, транслируйте это через ТВ и радио. Если вы активно ведете тренинги, то и на них прекрасно работают рассказы кейсов.

Форматы отзывов многочисленны – это может быть видео, аудио, текст. Можно попросить одного из своих клиентов: «Расскажи, пожалуйста, с какими проблемами и целями ты пришел ко мне в коучинг? Какие результаты у тебя появились через месяц-два?» - и записать его ответы на диктофон. Конечно, для начала стоит спросить у клиента, не против ли он такой записи и дальнейшего использования его отзыва.

Помимо отзывов, замечательно работают рекомендательные письма. Этот формат особенно актуален, если у вас есть корпоративные клиенты.

К кейсам также относятся метафоры и истории, которые описывают какой-то успешный опыт. Например, «из нищего в принца», «из лягушки в царевну» и так далее. Единственное, их необходимо тщательно продумывать, чтобы они не выглядели нелепо. Скажем, если у вас есть кейс «из грязи в князи», лучше трансформировать его в «из нищего в принца» 😊. Самое главное – кейсы должны быть действительно реальными историями.

Итак, начните собирать кейсы. Если у вас мало опыта, то проведите хотя бы сто часов коуч-сессий, и достаточное для начала количество кейсов вам будет обеспечено.

Информация о вас

Выберите определенную сторону вашей жизни и расскажите о ней своей аудитории. Желательно, чтобы этот рассказ был связан с коучингом или с успешной карьерой, с вашим бизнесом, с чем-то, что может быть интересно людям. Есть феномен, который я называю «феномен неизвестного друга». Его суть в том, что посторонние люди начинают знать о вас больше, чем ваши друзья и близкие. Это происходит, когда вы описываете свою жизнь в социальных сетях, выкладываете фотографии, делитесь мыслями, пишете заметки. И это хороший инструмент для вашего продвижения как эксперта.

Публичность – залог увеличения количества клиентов. Причем вы можете рассказывать о себе не только что-то хорошее, но и, к примеру, признавать ошибки. Главное – будьте откровенны с людьми, открыты. Допустим, я открыто признаю, что у меня со школы проблемы с русским языком. Ну не нравился мне этот предмет. Но я уже купил несколько курсов и начал работать над своей грамотностью :) Вот книгу написал.

Создавайте информационные поводы, пиарьтесь!

Рассказывайте о своих пробах, экспериментах, ошибках. Прямо говорите о сферах, в которых вы профессионал, а также о тех, в которых вы полный профан. Будьте искренны. Все это в комплексе создаст у аудитории ощущение, будто вы давно знакомы, давно друзья. А почему бы не купить у друга коучинг?

У клиентов должен быть Живой контакт с вами

Те, кто вас не видел, а только где-то слышал о вас или читал, имеют к вам меньше доверия. Это естественно. В принципе, для большинства людей вообще непонятно, что такое коучинг. Им важны их цели, и они хотят получить результат. Поэтому ваша задача не рассказывать всем и каждому, что вы коуч и занимаетесь коучингом, а сделать так, чтобы они обращались к вам за помощью и решением конкретных задач.

Есть известное сравнение со сверлом. Когда мы покупаем сверло, мы покупаем на самом деле отверстие в стене. А если копнуть глубже – то шуруп, который в это отверстие вкручен. А если еще глубже – то полку, которую можно повесить на этот шуруп. И наконец еще глубже – фотографии друзей и близких на этой полке, которые создают ощущение уюта, когда мы приходим вечером домой, садимся в кресло и расслабляемся. Примерно такое видение необходимо донести до ваших клиентов «Вы покупаете не какой-то там «коучинг», а новую жизнь».

Пристальнее смотрите, с какими потребностями и интересами к вам приходят люди. Понятно, что фантазия большинства ограничивается деньгами и/или сексом, но у остальных можно увидеть гораздо более глубокие и интересные ценности. Кстати, очень рекомендую прочесть книгу Роберта Чалдини «Психология влияния». Она откроет вам глаза на многое.

Итак, почему же важен живой контакт с вами? Прежде всего, он укрепит доверие целевой аудитории к вам. Люди почувствуют, что вы – обычный человек, с которым можно поздороваться за руку, поговорить, у вас приятная улыбка, вы в целом приятно выглядите.

Что нужно делать, чтобы наладить живой контакт? Во-первых, выкладывайте на сайте и/или в блоге побольше видео, где можно увидеть, что вы общаетесь с людьми. Выкладывайте фотографии. К примеру, я в социальных сетях разделяю фотоальбомы на те, где я запечатлен в основном один, и те, где я в компаниях. Это демонстрирует, что я не какой-то книжный червь, который заперся в кабинете и оттуда вещает «в мир», а активный и общительный человек.

Если есть возможность, проводите также и мастер-классы. Их совсем несложно делать, а между тем это отличная возможность для ваших потенциальных клиентов познакомиться с вами. На этих же мастер-классах вы можете рассказывать кейсы и успешно продавать свои услуги.

Наконец, вы можете принимать участие в различных специализированных конференциях и тренингах как гость, спикер или простой посетитель.

Феномен самого себя

Определите и сформулируйте, как лично вам помогло то, чем вы занимаетесь. Что полезного вам дал ваш собственный коучинг? Одна из участниц моего тренинга, к примеру, написала недавно статью, в которой рассказала, как поменялась ее жизнь, когда она стала заниматься коучингом. И буквально за один-два дня после публикации у нее появились клиенты.

Описывать, как вам помог коучинг – очень важно. Это действительно влияет на продажи.

У меня в жизни был момент, когда мне провели полноценную эриксоновскую коучинговую сессию. Это было в Турции на одном из тренингов, после этой коуч-сессии моя жизнь реально поменялась. Я начал заниматься исследованиями, своим бизнесом. У меня перевернулось все, и, что самое главное, перевернулось с головы на ноги. Это был очень важный момент для меня. Всего-то час времени с хорошим запросом и хорошим коучем:)

Нащупайте и опишите подобный момент в своей жизни. Вы можете записать рассказ о нем на видео и выложить на сайт, можете поделиться им на тренингах и в личной беседе с потенциальным клиентом.

Секретная техника «А все ли Вам понятно?»

Клиентам должно быть досконально понятно, как строится работа с вами, на каких принципах базируется ваше сотрудничество.

Позаботьтесь о том, чтобы у вас на сайте было представлено максимум информации об этом. Чтобы человек зашел на страницу и сразу понял, сколько длятся коучинговые сессии, когда и в каком объеме следует вносить предоплату, когда назначается первая встреча и как проходит интервью.

Сделайте так, чтобы с самого начала у людей было как можно больше информации о вас и особенностях вашей работы.

Итак, мы рассмотрели 7 базовых элементов успешных продаж коучинга.

Еще один момент, который должен быть для вас очевиден, – вы работаете не со всеми людьми в мире, а с конкретной целевой аудиторией. У вас должна быть узкая ниша, которой вы помогаете решать определенные проблемы (задачи). Если к примеру брать мой проект GreatCoach.ru, то эта ниша – люди, которые умеют или хотят научиться проводить коучинг и эффективно продавать его.

Часть II.

Быстрое принятие решений для успешной продажи коучинга

Быстрое принятие решений

Буквально недавно я был на тренинге, где услышал интересную историю про генерала Нормана Шварцкопфа – одного из военачальников, принимавших активное участие в войне США в Персидском заливе. Подготовка к войне продолжалась около трех лет, специалисты изучали возможные варианты стратегий, анализировали те или иные сценарии и в итоге остановились на двух. Когда генерал Шварцкопф приехал, они доложили ему об этих результатах и сказали, что ему осталось только выбрать из двух возможных стратегий наиболее подходящую, на его взгляд. Генерал, недолго думая, сразу сказал, какую выбирает. Это удивило экспертов, и они сказали ему: «Как же так – мы целых три года анализировали ситуацию, разрабатывали сценарии военных действий, а вы прямо за несколько секунд сделали выбор!» – на что он ответил: «Судите сами, вы действительно уже несколько лет потратили на то, чтобы изучить ситуацию со всех сторон. Если теперь и я начну тратить время на размышления вместо действия, то мы вообще не начнем войны. Гораздо разумнее и выгоднее начать действовать в рамках одной стратегии, а в процессе скорректировать ее, оценивая промежуточные результаты».

К чему я рассказал эту историю? К тому, что зачастую очень много времени тратим на размышления, боясь совершить ошибку, и так и не доходим до действия. Мы чересчур осторожны и порой никак не можем принять решение. Между тем, эффективные лидеры потому и являются таковыми, что решают и действуют, а не «растекаются мыслью по древу». Знаете, есть такой «феномен трех

«Д»» – когда люди думают, думают, думают и не делают. А нужно поступать иначе – делать, потом думать, потом делать лучше.

Разумеется, есть обязательное условие, которое является залогом успешного действия – это четкое видение цели, к которой вы движетесь. Единая картина стоящих перед вами задач. В противном случае, если вы толком не знаете, к чему и зачем стремитесь, все принятые решения и действия, скорее всего, будут холостыми выстрелами.

Напоследок еще несколько красивых и полезных цитат, которые помогут вам шире взглянуть на проблему и сделать для себя выводы. Один из лучших управленцев двадцатого века Ли Якоку сказал: «Правильное решение, принятое с опозданием, является ошибкой». Поэтому лучше вовремя принять решение, а затем при необходимости сделать его более «правильным».

Тот же Норман Шварцкопф изрек: «Существует больше одного способа посмотреть на проблему, и все они могут быть правильными».

Эти слова подтверждают, что, даже совершив ошибку и исправив ее, вы движетесь к результату, а не топчетесь на месте. Всегда есть риск ошибиться, но принятое решение лучше непринятого.

Правда, есть еще один важный момент: если вы находитесь в состоянии эмоционального дисбаланса (к примеру, в гневе), принятые решения могут увести вас вообще в другую сторону, нежели было запланировано. Поэтому, если вы на эмоциях, то лучше повременить с выбором пути.

И еще одна цитата: «Хорошее решение – это результат опыта, а опыт – это результат плохих решений». С ней я немного не

согласусь, так как опыт – это результат не только плохих решений, а вообще всех.

Я уже рассказывал, что люди наиболее охотно реагируют на такие понятия, как секс и деньги. На самом деле, необходимо понять, что же нужно именно вашей целевой аудитории. Поэтому определитесь сначала для себя с нишей и выявите ее ценности. Расскажу, как появилось название «Коучинг как гармоничный бизнес». На рынке было предложение типа «5000 долларов за коучинг...» или как-то так. Очевидно, что его автор в качестве «якоря» выбрал деньги. Но для коуча это слишком поверхностно. Зачем ему деньги? Ему они нужны не как самоцель, а как источник возможностей, чтобы он мог позволить себе новые опыты и интересы, путешествовать, познавать мир и нести новый опыт людям.

И когда вы создаете бизнес в стиле коучинга, он становится частью вашей жизни, то есть *гармонично* вписывается в нее. Именно поэтому такое название курса, «Коучинг как гармоничный бизнес» пользуется успехом у коучей.

Часть III.

9 качеств, необходимых успешному коучу

продолжение в полной версии книги...

<http://greatcoach.ru/content/ebookpdf>



Денис Сыч

Сертифицированный коуч ICF, Ведущий тренер Международного Эриксоновского Университета, Автор системы «Коучинг как гармоничный бизнес», Мастер-Тренер НЛП. Учредитель исследовательской команды HDTeam. Эксперт по продвижению и продаже коучинга Помогаю тренерам и коучам зарабатывать деньги!

Технологии продажи коучинга

В этой книге:

7 элементов для успешной продажи коучинга

9 качеств, необходимых успешному коучу

18 элементов, необходимых для успешной коучинговой практики

Построение беседы при продаже коучинга

