

Андрей Парабеллум

9 моделей коучинга



www.infobusiness2.ru

9 моделей коучинга

2012 © Андрей Парабеллум

СОДЕРЖАНИЕ

Введение в коучинг.....	5
<i>Что мы подразумеваем под словом коучинг?</i>	<i>6</i>
Основные положения коучинга	12
<i>Правила коучинга</i>	<i>13</i>
1. Самоназначение	13
2. В стране слепых и одноглазый - король	14
3. Кто вы есть.....	15
4. Ценность того, что вы делаете.....	16
5. Среда	17
6. Причины, по которым люди идут в коучинг.....	18
7. Позиционирование	21
8. Демократия vs Анархия.....	22
<i>Типичные конфликты и проблемы</i>	<i>23</i>
1. Продажа vs Ведение.....	23
2. Коуч vs участник	24
3. Разочарование	25
Виды коучинга	28
Коучинг 1 на 1.....	30
<i>Структура</i>	<i>31</i>
<i>Ответственность.....</i>	<i>32</i>
<i>Сертификация.....</i>	<i>33</i>
Онлайн коучинг	35
<i>Ценообразование</i>	<i>35</i>

Телекоучинг.....	37
Навыковый коучинг	40
Коучинг до результата	42
<i>Плюсы и минусы в коучинге до результата</i>	<i>44</i>
Коучинг в мини-группах	48
<i>Для чего нужен коучинг</i>	<i>50</i>
<i>Коучинг в мини-группах</i>	<i>51</i>
<i>Плюсы и минусы в коучинге в мини-группах</i>	<i>52</i>
Мастер-группы	54
<i>Плюсы и минусы в коучинге в мини-группах</i>	<i>55</i>
<i>Формат</i>	<i>58</i>
Коучинг плюс.....	59
Клонирование	62
<i>Плюсы и минусы в коучинге в мини-группах</i>	<i>64</i>
Гибридный коучинг	66
<i>Куда копать дальше?</i>	<i>68</i>
Ответы на вопросы	69
И напоследок... ..	76

ВВЕДЕНИЕ В КОУЧИНГ

Коучинг – это одно из трех важнейших направлений в инфобизнесе. Без личного участия, т.е. без того, чтобы вы берете людей за руку и ведете вперед, вы не закрываете две цели:

1. Финансовая

За личное участие (персональный коучинг) люди готовы платить гораздо больше, чем они платят за тренинги

2. Внедрение

Инфопродукты в коробках продаются все хуже и хуже, потому что никто ничего не внедряет. А тех, кто все-таки внедряет – очень мало, к тому же им нужна обратная связь, дополнительные пояснения что и как делать, их нужно контролировать, пинать и т.д.

Люди всегда ищут строгого, но справедливого родителя и зачастую готовы платить деньги, чтобы им помогли улучшиться в какой-то из областей.

Именно поэтому в треугольнике инфобизнеса коучинг занимает один из углов как одно из важнейших направлений, которое вам необходимо понимать и внедрять.

Что же вообще входит в треугольник инфобизнеса?

- Первый угол в треугольнике занимают инфопродукты, отчуждаемые книги, аудио, тренинги и т.д.
- Второй угол – живое обучение: живые выступления, вебинары, выступление перед группами, обучение групп и т.д.
- Третий угол – коучинг

ЧТО МЫ ПОДРАЗУМЕВАЕМ ПОД СЛОВОМ КОУЧИНГ?

Во-первых, это больше чем то, чему учат в сертифицированных школах коучинга. Мне часто задают вопрос: «Стоит ли идти сертифицироваться?». Сертификат ничего вам не даст: ни понимания, что это такое, ни продаж.

Почему сертификат не даст вам продаж? Потому что человеку, покупающему коучинг, все равно – есть у вас диплом или нет, но ему не все равно сможете ли вы ему помочь или нет.

Лично для меня, зачастую наличие диплома – большой минус. Если я вижу, что передо мной какой-нибудь эриксоновский сертифицированный человек, то мне сразу все ясно, с таким мне даже разговаривать не о чем. Думаю, для тех, кто разбирается, это также будет большим минусом.

Поэтому если вы хотите для общего образования, то да, конечно, вам стоит сходить. Если вы хотите, чтобы это был как бы ваш флаг, который бы вас сам продвигал – не обольщайтесь, этого не будет. Мало того, что вас не научат продавать коучинг, но вас также не научат помогать людям, привлекать их и интервьюировать.

Вас научат работать с определенным типом проблем, когда человек сам пришел и сам готов их решать. Вы его просто направляете, причем даже не зная куда. Вы работаете как зеркало, используя модель так называемого фасилитатора. Но об этом мы поговорим немного позже в следующих главах.

Коучинг – это также и сопутствующий сервис (про который мы поговорим позже), это и модель коучинг плюс дополнительные сервисы и т.д.

Коучинг – это очередной формат обучения и выдачи информации, который включает ваше время. Это также способ создать среду,

которая будет мотивировать людей и заставит их внедрить что-то из ваших курсов, т.е. не просто поможет или просветлит, а именно заставит людей внедрить.

Я видел удачные модели коучинга, когда люди внедряли чужие идеи, чужую информацию. Иначе говоря, вам совсем не обязательно внедрять что-то свое. Это аналогично тому, когда к вам каждое день в шесть утра приходит ваш тренер, будит вас и выпихивает на улицу, т.е. у вас не будет иного варианта, кроме как бегать каждый день, а не тогда, когда вы захотите.

Коучинг – это также групповые советы. Если вы делаете коучинг в группе, даже если он индивидуальный, этих людей нужно и можно знакомить между собой. Тогда группа когда начинает обсуждать свои находки, что очень хорошо.

Принцип группового тестирования весьма интересен, потому что то, что может оттестировать группа в 20 или даже в 500 человек, ни в какие подметки не годится тому, что может сделать 1 человек.

Коучинг – это еще один способ делать консалтинг, когда вы говорите человеку что делать и направляете его, а остальное делает он сам.

Коучинг в инфобизнесе – это и техподдержка для тех, кто купил инфопродукт. То есть купили вы какой-нибудь тренинг, например, у нас – мы всегда даем месяц-два в нашей мастер-группе, иногда даже мастер-группе плюс. Почему?

Потому что у вас будет возможность задать Костику или мне вопросы, получить обратную связь по вашему движению вперед, что очень важно. Конечно, в дальнейшем вам эту техподдержку нужно будет продлять за деньги, что в свою очередь является еще одним способом монетизации.

Коучинг – это создание тесных связей с людьми. У нас есть внутренняя шутка, что «коучинг – дружба за деньги», т.е. вы дружите со своими клиентами. Но тут, кстати, есть свои плюсы и минусы.

Я, например, не беру в коучинг людей которые мне откровенно неприятны или которые не резонируют, то есть в коучинг я беру только тех людей, с которыми я бы дружил просто так, по-человечески.

Я не хочу просыпаться утром с мыслью: «Блин, сейчас мне опять этого человека коучить, а я так не хочу!». Жизнь слишком коротка, чтобы засорять её вот таким мусором.

Когда у вас с клиентами тесные дружеские связи, коучинг увеличивает время жизни клиента у вас в проекте. Он будет жить дольше. Даже если он когда-нибудь отвалится, а он неминуемо отвалится, он еще какое-то время будет скучать и придёт обратно. Проверено уже не один раз.

Коучинг – это создание возможностей для партнерства. Многие из тех, кого вы видите сегодня партнерами у нас они выросли из моего коучинга. Я когда-нибудь опубликую неполный список людей, которые прошли через мой личный коучинг.

Вы узнаете многих, кто так или иначе засветился на склоне русско-язычного инфобизнеса: Фарит с его 1С продуктами, Николай Мрочковский тоже был у меня в коучинге год или полтора, Стас Орехов. Плюс сейчас у меня в коучинге есть очень громкие имена и пока я не буду их обнародовать.

Многие люди в коучинге между собой начинают плотно и плодотворно партнериться. Если вы помните, было время, когда Николай с Фаритом выпустили совместно две книги по 1С. В общем это тоже не случайность. Не думайте, что это случайно, что так получается. Нет! Это просто создание новой реки для людей, которые могут партнериться с людьми своего класса, что тоже очень важно.

Вы получаете транслятором: собираете обратную связь с людей (то, что работает и почему не сработало и то, что работает), концентрируете это и даете остальным.

Понятно, что в тренингах вы будете рассказывать гораздо меньше, чем есть на самом деле. Гораздо меньше, чем вы рассказываете в коучинге.

Это правильно и понятно, потому что если вам крайне необходимо и есть какое-то общее понимание, то вам нужны конкретные примеры того, что работает прямо здесь и прямо сейчас. А получить такое практическое знание возможно только через коучинг.

Если вы посмотрите на нашу последнюю книгу с Николаем «200 способов вылечить свой бизнес, выжми из бизнеса все», то обнаружите там 200 практических советов. Мы их собрали и протестировали.

Но сделали это не только самостоятельно – мы не в состоянии протестировать все это сразу на наших бизнесах. Мы протестировали это в группе, на большом количестве наших клиентов. И вот уже это сборное и концентрированное знание, мы выдали в книге.

Кто-то нас спрашивал: «А зачем вы взяли и выдали все в книге? Ведь ваши сервисы стали сразу же не нужны! Вы же выдали свое знание и все!»

Но в том-то все и дело, что мы выдали наше знание – оно масштабируется довольно легко, а вот выдать опыт – что человеку делать, в какой последовательности, с чего начать прямо сейчас, как найти узкое место, где та самая точка, удар в которую принесет наибольший результат и сразу – все это уже только в коучинге.

Сам по себе коучинг – это отдельный бизнес, т.е. вы должны считать все его ключевые показатели отдельно. Обычно коучинг – это дополнение к инфобизнесу, к продуктам, но при этом – это одна из самых прибыльных частей бизнеса, т.е. коучинг нам приносит больше,

чем все инфопродукты и тренинги вместе взятые, несмотря на то, что у нас объемы тоже очень не плохие.

Каждый успешный инфобизнес, чем бы вы не занимались, в какой бы нише не работали – либо добавляет коучинг к инфобизнесу, либо начинается с коучинга. Если у вас есть экспертность, но у вас нет никаких инфопродуктов, вы не знаете с чего начать, то вы сталкиваетесь со следующей проблемой.

Обычно для того, чтобы продать какой-либо тренинг или инфопродукт вам нужно сначала его создать. Чтобы продать коучинг вам ничего создавать не надо. Иначе говоря, вы можете с нуля написать свою программу и идти ее продавать, ничего при этом не имея (ни аудио, ни видео).

Понятно, что будет продаваться не очень хорошо и вам нужно будет быстро найти несколько способов приведения потенциальных клиентов, но тем не менее, вы можете вполне начать с коучинга.

Итак, каковы ваши цели в данном курсе? Если у вас уже есть коучинг, значит одна из ваших целей – как вы можете сделать его лучше. Но самое главное, вам предстоит ответить на вопрос: как вы можете добавить еще один уровень коучинга?

Потому **успешный коучинг – это всегда многоуровневый**, когда у вас есть дорогие уровни, где вы работаете очень плотно и один на один. Он должен стоить не запредельно дорого, но очень дорого.

Например, если я серьезно вкладываюсь в человека в индивидуальной работе – за это я хочу как минимум \$100000. Фактически, я как наставник у человека, это условно партнерская модель.

Если же мы говорим про коучинг, где 2 встречи или 2 звонка в месяц, это \$24000 за полгода, т.е. \$4000 в месяц. Безлимитный доступ ко всем моим тренингам, инфопродуктам и мастер-группам, который стоит 30

тысяч рублей в месяц с предоплатой за полгода. Коучинг на миллион, когда клиенты работают за первый миллион, который они мне отдают и т.д.

У нас есть мастер-группа и мастер-группа плюс – это тоже вариант коучинга. У нас есть еще несколько вариантов коучинга, которые мы не показываем всем, но продаем и делаем по необходимости.

Ваша задача не просто продавать коучинг, а сделать его многоуровневым. Конечно, если он у вас уже есть. **Если у вас коучинга еще нет, то вам нужно ответить на два вопроса:**

- 1. Как добавить коучинг к своему инфобизнесу?**
- 2. Если вы еще совсем новичок, как начать свой инфобизнес коучинга?**

Здесь есть один минус – **требуется очень высокий уровень экспертности**, причем именно востребованной экспертности, т.е. когда вы уже востребованы рынком, когда к вам уже приходят и просят вашего совета. Просто до сих пор вы даете эти советы бесплатно. Как из этого сделать коучинг мы поговорим в следующих главах.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ КОУЧИНГА

Существует несколько правил, которые вам необходимо знать. Это те вещи, которые, к сожалению, ни в одном курсе вам не расскажут, в книгах тем более, потому что книги на тему коучинга читать совершенно бесполезно.

На русском языке вообще запрещаю, потому что ни одной нормальной книги нет, а свою мы еще не написали. Конечно, есть на английском огромное количество книг, но они содержат в себе только одну из девяти моделей коучинга.

ПРАВИЛА КОУЧИНГА

1. САМОНАЗНАЧЕНИЕ

В коучи мы назначаем себя сами. Не кто-то к вам придет и посвятит вас в рыцари, скажет: «Вот вам сертификат, теперь вы сертифицированный коуч» – все это совершенно неправильно.

Мы сами себе говорим о собственном самоназначении – теперь я коуч. Внутри вас это должно быть нормально. Должно быть ощущение, что именно так и должно быть, иначе какие-то серьезные проблемы. Если вам нужно, чтобы кто-то вас назначил, то с сегодняшнего дня я вас назначаю коучем и можете заниматься коучингом. Теперь вы официальный коуч.

2. В СТРАНЕ СЛЕПЫХ И ОДНОГЛАЗЫЙ - КОРОЛЬ

Вам не нужно знать все лучше своих клиентов, вам не нужно быть лучше своих клиентов. Вам достаточно знать что-то больше, чем свои клиенты.

Уже тем, что у вас есть эти модели по коучингу в руках – вы уже выше большинства ваших клиентов и этого достаточно, чтобы вы делали коучинг.

3. КТО ВЫ ЕСТЬ

Коучинг – это не только о том, что вы знаете, но и о том, кто вы есть, о вашем месте в жизни, о вашем опыте, о собранном опыте ваших клиентов и т.д.

Вы должны быть строгим, но любящим папой (или мамой) и здесь как раз одна из самых больших засад, потому что вам будет необходимо прокачивать баланс между дисциплиной и терпением.

С одной стороны, люди не будут ничего делать, будут стараться ничего не делать, что как бы понятно. С другой стороны они будут продолжать платить и быть в коучинге.

Тут возникает вечный конфликт между творцом, делателем коучинга и бизнесменом, потому что с одной стороны мы должны делать так, чтобы этот бизнес был рентабельным, прибыльным, а с другой стороны, чтобы он был результативным.

Именно поэтому вам необходимо будет найти баланс между терпением к вашим клиентам и дисциплиной.

4. ЦЕННОСТЬ ТОГО, ЧТО ВЫ ДЕЛАЕТЕ

Ценность того, что вы делаете будет очень разная для разных людей. Это еще одна вещь, с которой вам придется свыкнуться, смириться.

Кому-то это будет настолько сильно в карту, что он будет будто к вам привязан и будет говорить, что: «Я же у самого Парабеллума проходил коучинг, это же вообще нереально все!»

А другой, наоборот, будет говорить: «Да ладно! Кому нужен? Я купил коробку, сам буду делать, не буду никому звонить, на какие-то мастер-группы ходить, тем более кому-то за это платить еще потом. Ни за что в жизни!».

Ценность будет разная и вы ничего с этим не поделаете, потому что она априори разная. Пожалуйста не парьтесь, если кто-то будет говорить, что все это фигня – для него это фигня, а для вас нет.

5. СРЕДА

В коучинге вам нужно создать ту среду, которая даст людям максимальное количество причин, чтобы в ней остаться, потому что иначе люди из коучинга будут выпрыгивать.

Одна из проблем большинства начинающих коучей в том, что когда вы начинаете продавать и вести коучинг, сначала все хорошо. Но уже через месяц человек пропадает, он уже вам не платит, за ним нужно бегать и опять продавать.

Причем продать такому человеку коучинг на второй месяц будет гораздо сложнее, чем продать им коучинг в первый раз. Почему? Потому что вот так. Потому что судьба такая.

Есть огромное число причин, о которых наверно не стоит сегодня говорить. В целом, вам надо создать среду, в которой они не смогут или им будет очень сложно выпрыгнуть.

6. ПРИЧИНЫ, ПО КОТОРЫМ ЛЮДИ ИДУТ В КОУЧИНГ

В самом начале давайте поговорим об этом.

1. Результаты

Они хотят результаты, которые есть уже у ваших клиентов, или у вас, что тоже хорошо, с чего можно начинать. Они их видят, хотят и приходят;

2. Ценность того, что вы даете

Они ценят свое время, ценят ваше время и поэтому приходят в коучинг;

3. Коллеги

Когда они видят, что их коллеги уже в коучинге, а они еще нет – они чувствуют, что отстают, потому что все уже идет туда. Они тоже начинают хотеть и желать быть там, потому что это очень важно.

4. Друзья

Уже друзья у вас в коучинге, поэтому они как бы чувствуют, что мимо них проходит жизнь и движуха. В коучинге мы своих клиентов сильно поднимаем на флаг: пиарим их, помогаем им развиваться, помогаем им продавать, даем им площадку, чтобы они вещали, для других наших клиентов и т.д.

Каждый год в ноябре у нас проходит инфоконференция, где мне постоянно задают один и тот же довольно смешной, но интересный вопрос: «Я хочу выступить у вас на конференции, что мне нужно для этого сделать?» Люди в принципе не понимают, что большинство выступающих людей были (или есть) у меня в коучинге.

Когда человек был у меня в коучинге, а потом вываливается оттуда – я его почему-то на эту конференцию не пускаю. Мало того, что я не пускаю на ней выступить, я даже приглашение ему не даю. Ему приходится платить, как всем остальным. И в последний день еще дороже, и на вип-блок я тоже бесплатно не пускаю.

В общем, люди не понимают почему так несправедливо. Они не понимают главного, что мы почему-то кормим только ту корову, которая дает нам молоко. Если корова перестает давать молоко, мы ее почему-то кормить перестаем.

В коучинге мы даем всем нашим клиентам доступ ко всем нашим ресурсам, но об этом немного позже. В целом вы должны понимать, что мы даем им площадку, где они могут выступить, где они могут стать звездой, где они прислоняются к нашему опыту, к нашей звездности, и тоже на себя эту частичку перетягивают.

В коучинге еще одна психологическая вещь очень важна: мы все очень странные. Люди которые сильно занимаются инфобизнесом – они все странные на голову. Вместо слова странные можете поставить "своеобразные". Вам, наверно, это тоже говорили не раз в этой жизни.

В тусовке, в коучинге, во внутреннем круге мы понимаем, что мы нормальные. Мы понимаем, что это хорошо и именно это

приводит нас к успеху. Заслуженно получаем или незаслуженно. Мы среди таких же как мы.

Вчера я досмотрел пятый сезон «Декстера». Хороший сериал кстати, если кто не смотрел. Там он как раз впервые встретил человека, который не смотрел на него как на серийного убийцу, как на монстра, а понимал его и принимал таким, какой он есть. В коучинге тоже очень важно.

5. Иллюзия

Иллюзия, что у вас будет доступ ко всей информации.

На самом деле, вся информация вам не нужна.

Но возможность доступа ко всей информации важна, поэтому в нашем коучинге мы даем бонус: безлимитный доступ ко всем нашим инфопродуктам и тренингам. Беспроblemно. Безгранично.

7. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Вам нужно четко позиционироваться, чтобы иметь ясную самоидентификацию. Вы должны знать: зачем вы, кто вы и о чем вы. Причем зачастую наше понимание себя и понимание нас рынком, к сожалению, очень разниться.

Когда я наигрался в инфобизнес, а это было где-то в 2009 году, я как раз закрыл свой ЖЖ и решил написать немного на тему продаж. Мы делали интересные тренинги личностного роста несколько раз. У нас был тренинг «Поток и креатив», «Русский секрет» с Тонычем. Кстати, в 2011 году было продолжение этого тренинга: «Русский Секрет 2: Секс, Деньги, Духовность».

Сильный тренинг, который был моим первым живым трансформационным тренингом, на котором за три дня получилось очень быстро взломать людям мозги. Именно вот эта трансформация как наркотик не отпускает ни трансформируемых, ни трансформирующих.

Абсолютно все равно, какой бы тренинг я не вел потом, когда я спрашиваю людей зачем они пришли — минимум 25% аудитории встает и говорит: «У меня инфобизнес, хочу узнать как вот это сделать в моем инфобизнесе».

Таким образом, через какое-то время по обратной связи от рынка я понял, что тема инфобизнеса уже закрепилась за мной, люди меня так меня узнают и этому не стоит. Конечно, можно было бы пиарить еще какую-то тему как дополнение, но не вместо основной, поэтому мы продолжили двигать тему инфобизнеса.

8. ДЕМОКРАТИЯ VS АНАРХИЯ

Следующее понимание многим будет против шерсти, особенно новичкам и девушкам, женщинам. Я понимаю, что для вас это сложно, но тем не менее, запомните то, что я сейчас скажу.

Вы это вспомните, когда у вас будут большие проблемы с коучинговой группой, когда кто-то что-то не делает, группа раскололась или откололась и пошла дальше самостоятельно, не платя вам за это.

Любую проблему без исключения, которая бы не была у вас в группе, можно всегда запихнуть в одну причину: немного демократии приводит к анархии. Еще раз повторю, что даже немного демократии неминуемо приведет к анархии.

Во Франции в рассвет монархии было хорошее правило: если король с кого-нибудь периодически не снимает головы, то голову снимают с короля. Запомните это. **Демократия в коучинге не работает.**

Вы сказали – человек сделал. У него есть другое мнение, с вашим мнением он априори не согласен, потому что если бы он был согласен с вашим мнением, то он бы уже делал так, как вы ему говорите, и у него уже были бы результаты, что было бы гораздо лучше и он бы не пришел к вам в коучинг.

Сам его приход в коучинг говорит о том, что он не согласен с вашим мнением. И вам согласие не нужно. Вам необходимо, чтобы человек выполнял то, что вы ему говорите.

ТИПИЧНЫЕ КОНФЛИКТЫ И ПРОБЛЕМЫ

1. ПРОДАЖА VS ВЕДЕНИЕ

Есть вечный конфликт между продавцом коучинга и ведением коучинга. С одной стороны мы понимаем, что деньги нам платят за хорошую продажу, а с другой стороны, что потом, к сожалению, приходится еще и вести.

2. КОУЧ VS УЧАСТНИК

Существуют вещи, которые прибыльны для коуча – это действия, слова, поступки, которые продают вашу программу и защищают ее доход, не давая кому-то делать тоже самое дешевле и не давая раскрыться критике.

А существуют вещи, которые необходимы для участника. Причем эти вещи имеют три совершенно разных уровня, которые редко пересекаются:

- ***То, что они хотят;***
- ***То, что им на самом деле нужно*** для достижения результатов, за которыми они пришли. Это большая плоскость, которая нам более интересна, но опять же не критична;
- ***То, чем они удовлетворятся***, то, чего будет достаточно. Здесь работает принцип лучшее – враг хорошего.

Поэтому если что-то хорошо, даёт достаточные результаты, то не надо это улучшать, тратить свои ресурсы, время и мысли, чтобы придумать 101й способ продажи. Первых пяти будет достаточно для внедрения.

В целом для коуча очень важно быть самим собой и не нарушать свои правила, причем эти правила вам необходимо принять для себя заранее: с кем вы будете иметь дело, с кем вы не будете иметь дело.

Вы должны жестки следовать своим правилам. Если вам предлагают очень большие деньги при нарушении одного из ваших собственных правил, вы, конечно, можете рассматривать это от случая к случаю.

Но в целом, я бы не советовал пересматривать этого делать, поскольку это неизбежно приводит к саморазрушению, к очень крупным конфликтам, к смене или размыванию позиционирования для рынка, к уменьшению общего дохода.

Вам выгоднее и лучше быть самим собой, работая жестко по своим правилам.

3. РАЗОЧАРОВАНИЕ

Одна из самых больших психологических проблем успешного коуча, через которую уже многие прошли –разочарование. В конце концов проделанная вами работа не ценится.

Я говорю вам об этом с величайшим сожалением, потому что у меня все-таки была надежда, что именно у меня все будет по-другому. Если я буду качественно работать, давать гораздо больше, сильно вкладываться в людей, буду их поднимать из нуля в невероятные деньги, то тогда все-таки это будет сильно цениться.

Но я очень ошибался. Если и вы будете так думать, то будете очень разочарованы. Почему? Потому что:

6. **Когда человек чего-то добивается благодаря вашим инструкциям, он считает, что он добивается чего-то благодаря самому себе** – ведь это он следовал инструкциям, ведь это он делал, а не вы;
7. **Никакой лояльности** – если рядом появится что-то более яркое или другое, человек поднимается и сваливает, сколько бы вы в него не вкладывали. Чем больше вы будете в людей вкладывать, тем меньше они будут это ценить.
8. **Длительность результата человека не зависит от длительности коучинга с вами.** Понятно, что чем лучше результаты, тем это лучше для привлечения новых клиентов. Но если вы сразу человеку дадите все, то он через месяц, максимум через три или через столько, за сколько он заплатил – он уйдет.

Именно поэтому я беру в коучинг на полгода с предоплатой. Каждый раз, когда я входил в положение, разбивал на 2-3 платежа – у меня

каждый раз были проблемы. Ни разу не было исключений – делайте выводы сами.

То, что вы будете им помогать, будете заменять им папу с мамой, будете продвигать их и давать им клиентов – это никогда не будетцениться! Мало того, они даже не будут связывать вашу работу с ними над своими результатами.

Тем не менее, есть очень маленький процент людей, которые после того, как они отваливаются из коучинга, считают, что они уже сами все могут, но почему-то их результаты становятся все хуже и хуже.

Через какое-то время они приходят и спрашивают: «Что-то результаты стали плохие, почему? Как это можно было исправить?» И тут уже ваше решение: будете ли вы их брать обратно или нет.

Но по-моему опыту, из тех, кто возвращался обратно – ничего хорошего, никаких success story не получалось. Потому что человек уже приходит с критикой и со звездной болезнью, а значит первое, что надо делать – это сбивать корону, а на это у меня нет ни времени, ни желания.

Я стараюсь людей обратно в коучинг не брать. Какие выводы можно из этого сделать?

1. **Аккуратно принимайте решения.** Заранее прописывая правила коучинга под каждый уровень, вы можете сильно упростить себе процесс принятия решений.
2. Если взять все возможные варианты коучинга, получается не 9 моделей, а 91 возможный вариант. **Если бы это было просто, то все бы занимались коучингом** и были бы успешными, а значит на нас с вами не хватило бы ни возможности, ни денег и это было бы не так интересно.
3. **Чем сложнее ваша программа – тем больше денег она вам принесет.**

4. **В коучинге нужно давать пошаговый рост**, а не резкий взлет из грязи в князи. Потому что вам это будет не выгодно финансово и очень ресурсозатратно, а человек будет рваться на британский флаг, и быстро уйдет от вас. Лучший вариант – вести его пошагово.

Причем это выгоднее всем: человеку для психики, вам для кошелька и всем остальным, которые будут видеть как человек поднимается, пошагово работая над собой.

ВИДЫ КОУЧИНГА

1. **Живой коучинг** – типичная модель, когда внутри может быть что угодно: наставничество, лайфкоучинг и т.д.;
2. **Коучинг по телефону, скайпу, через вебинары и т.д.** То есть большое количество интернетно-телефонных решений. Внутри тоже самое, что и в живую, только не лицом к лицу, а с помощью технических инструментов;
3. **Коучинг по конкретному навыку.** Например, в продажах это может быть, холодные звонки, презентации, в личном – бег, в бизнесе – публичное выступление, навык обработки входящих звонков и т.д. То есть в этом виде коучинга вы прививаете человеку какой-то навык;
4. **Коучинг до результата** – когда вы даете что-то до какого-то первого результата. Например, в интернет-маркетинге – до первой продажи с сайта или до 100000 рублей, в недвижимости – до первой транзакции. Аналогично в любой сфере вы даете человеку конкретные результаты;
5. **Групповой коучинг** – делится на два типа: коучинг в мини-группах и коучинг в мастер-группах. Он иногда проходит под видом тренинга, иногда под видом мини-групп, есть коучинг в больших группах, это уже от 50ти человек и более. В мастер-группах динамика немного другая и продажи тоже другие;
6. **Коучинг плюс** – когда в коучинг добавляются сервисы, лицензирование, использование дополнительных материалов, эксклюзивные цены и т.д.;

7. **Коучинг вместе с клонированием** – когда вы себя клонируете, делая такую мини-копию и ее уже вкоучиваете кому-то в голову, чтобы она делала то же, что и вы, но, например, у себя в городе или где-то еще;
8. **Гибридный коучинг** – когда мы берем разные виды, разные слои, и по-разному все это замиксуываем, выстраивая нашу гибридную модель.

КОУЧИНГ 1 НА 1

В этой главе мы поговорим про коучинг один на один, лицом к лицу – так называемая модель наставника, фасилитатора.

Если говорить о примерах и видах, то бывает лайфкоуч, когда мы учим людей жить какой-то жизнью. Также бывает экзекьютив коуч или бизнес коуч – такое вы можете встретить в hr, когда учат менее квалифицированных работников, обучая их каким-то более квалифицированным вещам.

Я видел коучей в бизнесе, которые помогают президентам компании пережить первые 90 дней в качестве нового директора, как только они получают это место.

СТРУКТУРА

Каким бы коучингом вы не занимались один на один – вы можете заниматься по программе, а можете без. В любом случае, коучинг – когда вы знаете конкретно, что делать, вы уже там были (либо сами, либо клиентов туда водили).

Чем бы ни было это «туда» - у вас есть четкая программа, по которой вы человека отработываете. Какие-то шаги проходите очень быстро, потому что человеку что-то легко дается, другие шаги очень медленно, потому что человеку что-то тяжело дается, но в целом у вас есть программа, по которой вы его ведете.

Есть и второй вариант, когда вы работаете совершенно без программы. Когда вот не понятно кто это, что это, человеку непонятно, что он хочет, но вот как-то вы попали в коучинг, почему-то он вам платит, поэтому вы без программы куда-то ведете.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Существует три вида ответственности:

1. *Никакой ответственности*

Моя любимая ответственность в коучинге – совершенно никакой. В принципе это правильно, потому что результаты появляются только через какое-то действие. Если человек делает плохо, по-своему, редко и нерегулярно, то и результаты у него получаются такие же.

2. *Какая-то ответственность*

Когда вы говорите клиенту что делать и гарантируете, что что-то обязательно получится.

3. *Полная ответственность*

Вы можете взять на себя полную ответственность за результат, который получит клиент. Соответственно, если клиент не достигает результатов – вы отдаете все его деньги.

При этом, если вы берете на себя полную ответственность, то вы должны думать о рисках плюс вы должны понимать, что риски надо вкладывать в стоимость.

Понятно, что когда вы берете на себя ответственность полностью, стоимость коучинга должна быть очень высокой, чтобы даже если у вас 50% или 80% людей придет и потребует деньги обратно, вы должны оказаться в плюсе.

СЕРТИФИКАЦИЯ

Если быть объективными, то у сертифицированных коучей полностью отсутствует механизм нахождения клиентов. Ни одна сертификационная программа на текущий день его не дает. Почему? Потому что они сами не могут, именно поэтому они и учат.

Зачастую, в этих программах учат тому, что называется нелегализованная терапия. Когда клиента спрашивают: что у вас болит? что вы хотите от жизни? давайте запишем это? как вы думаете туда дойдете? что вас может останавливать? и т.д.

Это типичный коучинг ни о чем, когда можно делать хороший коучинг, не имея представления о процессе, но вытягивая все из клиента, т.е. быть фасилитатором, нелегализованным специалистом.

Еще одна особенность живого коучинга – он требует высокого уровня навыка, т.е. если вы один на один занимаетесь с человеком, он видит, что вы плаваете – у вас коучинг не получается.

Вообще все, что вы делаете в живую требует высокого уровня навыка, поэтому либо вы очень быстро растете в живом коучинге, либо вы его теряете. Одно из двух.

Есть также и существенный минус. Из своей практики могу сказать, что люди будут пытаться забрать все ваше время. Люди приходят и у них есть час, но если вы им дадите болтать – они будут болтать часов пять. Зачастую вам необходимо заранее сказать, что у вас только час времени, который начинается во столько-то и заканчивается во столько-то.

У меня был в коучинге парень, который приходил всегда на 45 минут позже, поэтому его занятие длилось ровно 15 минут, потому что ровно в 2 приходил следующий, в 3 следующий и в 4 следующий. Раньше, я все

свои коучинговые сессии отбивал спина к спине. Т.е. мы садились, час отговаривали, а дальше приходил следующий клиент.

Это был своеобразный коучинговый конвейер, когда я выбирал 1 день в 2 недели для занятий коучингом и, поскольку обработать более 10 человек крайне тяжело, то я брал эти 10 человек и в течение 10 часов отрабатывал. Делать это 1 раз в 2 недели или 1 раз в неделю довольно прикольно.

Модель коучинга один на один как раз состоит в том, чтобы передавать ваш навык, ваши знания, передавать что-то неосознанное вашим клиентам именно лицом к лицу.

ОНЛАЙН КОУЧИНГ

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Мне задали интересный вопрос по поводу ценообразования. Поймите одну интересную вещь, которая касается всего инфобизнеса в целом. Нет понятия «сколько за это платят», потому что сколько вы поставите цену, столько и заплатят.

Понятно, что когда я на свой платинум коучинг поставил цену в самом-самом начале высокую, все мне все говорили, что это очень дорого. Да, это дорого по определению. У меня платинум коучинг должен был стоить дорого, потому что я поставил так, чтобы закрыть эту модель работы, чтобы у меня была и дорогая модель тоже.

Но когда люди стали все больше и больше интересоваться я стал задумываться, а как бы мне повысить ценность этого, чтоеще мне можно бы добавить в коучинг, как сделать именно коучинг+, какой плюс туда добавить, чтобы ценность стала выше, чтобы стали больше покупать.

Потом стали покупать все больше и больше, поэтому сейчас моя трансформация стоит уже \$24000 за полгода и самое интересное, что разница в конверсии осталась прежней! Более того, те, кто покупают, говорят: "Блин, так это же дешево, это же вообще ни о чем".

Потому что я помогаю человеку запустить всего один ланч, которыйне только отбивается, а еще и приносит от миллиона рублей в плюс. Кроме того, безлимитка во все тренинги и инфопродукты. Нужно быть идиотом, чтобы не купить!

Я дословно говорю то, что говорят мне, поэтому в среднем тоже нет среднего. Сколько вам могут заплатить люди? Люди живут в квартирах, у них есть дома, машины, дачи. Если все это продать, то у них будут деньги, чтобы вам заплатить.

Таким образом, весь вопрос цены коучинга переносит на ценность и увеличение ценности вашего коучинга. Вам необходимо поднимать свою ценность, чтобы получать лучшие финансовые результаты.

ТЕЛЕКОУЧИНГ

Под телекоучингом мы понимаем коучинг по телефону и скайпу. Конечно, можно вести по icq, по агенту mail.ru, по qip и т.д., но мы будем адекватны. Поэтому в принципе это только две версии: телефон и скайп.

Самое простое – звонки один на один, т.е. коучинг, когда мы берем на себя ответственность и ведем людей вперед. Телекоучинг хорош тем, что вы можете трансформировать его в группы (об этом поговорим позже), а также проводить его с помощью вебинаров.

Вы можете делать как в MLM индустрии, когда на тренингах бывают больше тысячи человек. Например, наши группы измеряются сотнями.

Существует также еще одно понятие, которое относится к коучингу – блоковые онлайн-курсы. Что это значит? Человеку даешь модуль, он его прослушал, ввел домашнее задание, сдал его, либо прошел тест, либо показал свои результаты, получил обратную связь от коуча, получил дальше доступ ко второму блоку и т.д.

Он идет со своей скоростью, параллельно здесь тоже есть кусок коучинга, который мы разберем в главе про мастер-группы и мастер-группы+. Это тоже телекоучинг, потому что это все идет через интернет и технические решения.

По скайпу отлично, видео можно показывать опционально, голоса обычно бывает достаточно. Я был в коучинге у Майкла Гербера с его E-Myth Academy почти 3 года. Вот вам типичная модель: у меня было 3 звонка в месяц, то есть у нас было определенное время, когда была связь.

Время было назначено заранее таким образом, чтобы и коуч, и я могли планировать отдых, поездки, домашние задания и т.д. Причем звонили

мне, я никогда не звонил, поэтому если вы думаете, что люди вам будут звонить, вы ошибаетесь.

Люди забывают, загоняются, у них есть новые дела, что-то еще. Они никогда не вспомнят, что им надо звонить, поэтому вам придется звонить им. Именно поэтому важно прокачивать в себе дисциплину, потому что это ваши деньги и это напрямую влияет на результаты.

Чтобы понять, что такое коучинг на самом деле, очень советую попасть к кому-то в коучинг. Желательно к кому-то кто знает, что он делает и в ту модель, которую вы хотите у себя развивать далее. Или в ту модель, которую вы хотите давать к своему инфобизнесу. Это правило успешного коучинга.

Если вы были в прошлом году на инфоконференции (или смотрели запись), то вы помните, как он говорил две очень важные вещи:

1. Если вам интересно, как продавать дорогой коучинг – вы его не продадите. Ваши клиенты вместе с вами будут считать, что он дорогой, и все – вы уже его не продадите. Я считаю, что мой коучинг и за \$100000 будет очень дешевый. Он должен стоить миллион. Как минимум. Потому что то, что мы делаем – нереально ресурсозатратно.

Но я понимаю, что адекватно сегодня я не готов брать такие деньги. У меня ограничение в голове, поэтому я беру столько, сколько я беру. Поэтому на этом фоне \$24000 за полгода – смешная сумма.

2. Очень показательный вопрос: «Кто из вас сейчас у кого-нибудь в коучинге уже, встаньте пожалуйста». Встало около 20% аудитории. Он говорит: «У вас что-то может быть получится, у всех остальных – точно нет».

Если вы учите кого-то в коучинге, делаете тренинги, но сами при этом нигде не проходите коучинг, не участвуете в тренингах, не снимаете результативную модель в живую, которую потом также добиваетесь, вам не помогают добиваться результата, чтобы вы потом также помогали своим – ваши продажи будут очень плохо идти.

Потому что, если вы не считаете нужным платить за чей-то коучинг, то и за ваш коучинг люди тоже не будут почему-то считать нужным платить. Таким образом, мы получаем такой круговорот коучинга.

Если вы серьезно относитесь к своему развитию, если серьезно решили заняться коучингом или уже им занимаетесь, то вам постоянно необходим коуч, который будет вас вести. Считайте это своей десятиной, своим дополнительным налогом на успешность, но это то, что нужно делать. Именно поэтому я продолжаю находиться в коучинге у Дэна Кеннеди – одного из десяти ведущих маркетологов мира, чтобы всегда знать про следующий этап для своего роста.

НАВЫКОВЫЙ КОУЧИНГ

В этой главе мы поговорим про коучинг по конкретному навыку. Примеров этому масса. В продажах это может быть навык холодных звонков, презентации, закрытия сделки, ораторского мастерства; в личном – взбираться на гору, марафон пробежать; в гольфе, допустим, какой-нибудь там путтинг, рисование маслом, навык работы с пиаром, средства массовой информации, обработки входящих звонков и т.д.

Вы, наверняка, сами вспомните кучу навыков – знакомство, соблазнение, прививание конкретной привычки, умение говорить «нет», похудение, кулинария, дисциплина, работа со страхом, стресс, танцы и т.д.

Коучинг по конкретному навыку – это отличный способ занять свою нишу там, где уже все ниши заняты. Если вы видите, что уже огромное количество ниш поделено между собой, но вы хотите обучать людей – возьмите какой-то определенный узкий навык и именно ему и обучайте. Все! У вас коучинг, который обучает только этому.

Вы можете взять любой навык! Например, в продажах, прокачивая навыки холодных звонков, обработки входящих звонков, публичных презентаций и т.д., выделите себе кусочек и в нем потихонечку себе работайте. Коучинг по определенному навыку – это отличный способ ответить на различные запросы клиентской базы.

Клиенты могут хотеть, например, узнать как подойти познакомиться на улице и это один навык, а могут узнать как познакомиться в интернете – это второй навык, а еще им будет интересно как провести свидание, как познакомиться в клубах и т.д. Навыков много, но вы берете один из них и учите только ему, грубо говоря оставляя из всего набора инструментов только отвертку.

Причем стоимость коучинга по разным навыкам может быть разной. Например, коучинг знакомства может стоить дороже (или дешевле) коучинга как довести знакомую до постели. Аналогично, коучинг по обработке входящих звонков может быть сильно дешевле, чем коучинг по исходящим звонкам (или наоборот).

Это ваш коучинг, ваши навыки и как вы его будете вести (лицом к лицу, в скайпе, по телефону), каким будет метод подачи – все зависит от вас. Но именно коучинг по конкретному навыку.

Такую модель коучинга легко продать людям, которые считают, что им нужен определенный навык. Они ищут, кто им этот навык может дать индивидуально или хотели бы сходить в тренинги. Поэтому если вы ведете тренинги определенного навыка, естественно, сразу можно включать и коучинг по этому навыку тоже.

Самое интересное, что в группе зачастую результаты лучше, чем в индивидуальном тренинге, потому что группа еще друг друга поддерживает и помогает, если правильно собрана. Но есть много людей, которые в чем-то уже состоялись и поэтому они стесняются показать свою несостоятельность на людях, поэтому они всегда идут в индивидуальный коучинг и готовы за него платить больше.

КОУЧИНГ ДО РЕЗУЛЬТАТА

В этой главе мы поговорим про коучинг до результата. Если приводить примеры, то самое первое, что приходит на ум – пикап.

Тему отношений (dating & relations) знаю не понаслышке – когда-то давно сам вел тренинги по отношениям и так получилось, что близко знаю многих в теме пикапа, как за рубежом, так и в России. Именно поэтому не понаслышке знаю, что и как продается, что именно покупается хорошо.

Так вот в этой нише хорошо продается обещание или гарантия, например, трёх сексуальных свиданий, т.е. что у человека будут не обязательно три девушки, а, возможно, с одной девушкой три раза. Если человеку сильно понравится, то может быть с разными и т.д.

Но этот конкретный результат продается сильно легче чем процесс, когда человек платит и говорит: "Сколько по времени займет программа?". Ответ тут: «Пока ты не добьешься результата».

Примером результата работы интернет-магазина может быть первые 50000 рублей в продажах или \$1000 в продажах. Вы можете успешно коучить до закрытия проекта менеджера по проекту, который ведет проект и управляет командой.

Существует огромное количество примеров, когда вы делаете коучинг до какого-то результата или до первого заработка определенного количества денег в том виде, который вы ведете.

В недвижимости может быть коучинг до первой транзакции. У Дейла Карнеги был коучинг до первого выступления, в форексе – до первых заработанных денег.

Коучинг до результата – это стандартный вид корпоративного консалтинга, поданный под другим соусом. Этот же процесс можно

продать как корпоративный консалтинг в b2b, что будет относительно просто, потому что люди покупают и платят за результат, а что внутри им знать сильно необязательно.

Главная особенность этого дела в том, что сюда за результатом приходит совсем другой тип клиентов. Люди, которые приходят за результатом, уже имеют достаточно информации и приходят не потому, что не знают, что делать. Они приходят, потому что они не уверены в себе, в своих силах, , что у них это получится, что им это нужно вообще, но информации уже хватает.

Поэтому если вы в коучинге до результата будете делать упор, что я вам расскажу что надо делать, что делать он знает, если бы он с этим был согласен, он бы уже 300 раз сделал и все бы получилось. Но вот информацией здесь не решишь, к сожалению.

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ В КОУЧИНГЕ ДО РЕЗУЛЬТАТА

Плюсы:

1. Очень легко продать, это буквально самая легкая вещь для продажи, потому что вы продаете результат.

Если клиент хочет результат – платит деньги, не хочет – не платит. Все очень просто. Продажа происходит относительно легко, потому что чем сильнее человеку интересен результат, тем гораздо проще взять его деньги.

2. Вы продаете сенсорно очевидный результат. Если вы продаете результат, вы понимаете, что вам нужны отзывы.

Одна из самых сильных вещей по продаже коучинга – отзывы или кейсы, истории, чтобы человек пришел, у него до вашего коучинга был такой результат, после вашего коучинга стал вот такой. И эти результаты можно было бы измерить.

Коучинг на результат – это самый легкий коучинг, в котором можно измерить результат, потому что это коучинг до результата. Поэтому здесь кейсы можно брать, документировать и выставять для ваших других клиентов.

Минусы:

1. Ответственность за результаты ложится на вас, но при этом у вас нет никакого контроля.

Здесь интересная особенность, как только вы начнете сильно давить на ваших клиентов, они начнут от вас прятаться. Они не будут брать трубку, будут улетать в другую страну и будут делать что угодно, чтобы от вас спрятаться.

2. Разные люди внедряют ваши фишки с разной скоростью, поэтому с некоторыми, с самыми тупыми, с самыми медленными, вы будете, к сожалению, проводить больше времени, чем с самыми умными, быстрыми, которые внедряют быстрее всего, получают результат быстрее всего.

Может быть большой процент возвратов, потому что здесь вы гарантируете результат. Здесь два варианта гарантии: первый – вы гарантируете результат, берете оплату с клиента и работаете, пока результат не появится.

Любой нормальный человек спросит, а что будет, если результата все-таки не будет. И здесь у вас должна быть возможность послать человека нафиг, так и у него должна быть возможность послать вас нафиг.

Это две разные темы, если вы решаете с человеком больше не работать, то экологично будет отдать ему за это деньги, сразу же, потому что это самый простой способ. Человек начинает вам морочить голову, не выполнять и т.д. Отдаете деньги, посылаете нафиг – это первый вариант.

Второй вариант – когда клиент решает больше с вами не работать. Парадокс в том, что чем эффективнее вы будете работать, тем больше у вас будет процент возврата или процент людей, которые будут пытаться соскочить.

Так происходит потому, что когда вы эффективно работаете, вы начинаете прожимать клиента, требуя с человека, чтобы он делал то, что ему непривычно, непонятно, некомфортно и т.д.

Из-за этого люди будут пытаться соскочить любым возможным способом, включая возврат денег. Вам необходимо заранее обговорить с клиентом, что вы будете его заставлять, ему это будет не нравиться, он будет соскакивать, именно поэтому вы не даете никаких гарантий, потому что иначе он бы соскочил.

Я каждую из этих девяти моделей попробовал сам. Коучинг до результата мы тоже продавали, если помните, у меня была программа 300 за 300, когда я довожу вам до 300000 рублей, а за это беру 300000. Всего мне платят 300000 один раз, я довожу до 300000 и на этом все заканчивается. Я быстро прикрыл эту модель. Мне стало неинтересно, потому что люди очень медленно внедряют.

Например, в скайпе мне сегодня пишет знакомый, что он спустя полгода наконец-то написал главу и отправил ее в издательство. При этом он об этой главе говорил уже полгода, я говорю: «Прикольно, мне в понедельник сдавать книжку, а у меня там еще конь не валялся. Я знаю, что скорее всего, половину сегодняшней ночи и весь завтрашний день и ночь буду писать эту книгу. Вернее, дописывать, потому что набросками она у меня уже есть».

На самом деле, там серьезно там работы больше, чем главу написать одну, т.к. там нужно 18 глав переписать. Тем не менее, мне смешно, сложно и неприятно слышать людей, которые полгода собираются написать одну главу и в конце концов ее пишут.

Мне с такими людьми не очень интересно. Я понимаю, что для них написание книги – величайший шаг, но для нас с вами это совсем не так.

Я выступал на конференции по коучингу, там выступалакакой-то там сертифицированный тренер международного университета

европейского сообщества коучей. Она сказала, что уже 6 лет в соавторстве пишет книгу по коучингу и надеется, что может быть в течение года они ее закончат.

Первая реакция, которая у меня возникла сразу же: почему бы не выбрать тему, в которой вы хотя бы что-то знаете? Невозможно 6 лет писать книгу! Там 6 месяцев нечего писать. Месяц максимум или даже пара выходных. Но 6 лет!!! Тут у человека что-то не так с ручкой, с головой или с рукой.

Чем более эффективны вы будете, чем результативней будет ваш коучинг, тем больше будет людей, которые будут пытаться с него спрыгнуть. Вам необходимо знать об этом довольно интересном парадоксе.

Если результат есть – они все равно скажут, что они сами это сделали. Но какая разница, что они скажут, если мы всегда за коучинг деньги берем заранее, а не потом, потому что потом ценность услуги резко падает в глазах клиента после ее выдачи.

КОУЧИНГ В МИНИ-ГРУППАХ

Коучинг в мини-группах – это коучинг на группе около 20 человек, не более. Например, я отработывал эту модель с Петей Осиповым на группе в десять человек с программой «Продажи или смерть».

Отличный коучинг, мы заставляли людей продавать, показывали как это делать. У нас небыло определенной программы. Каждый раз приходили разные люди, но их уровень был относительно высокий.

Кто был в этой программе «Продажи или смерть»? Был Алекс Айвенго, кстати он у меня в годовом личном коучинге тоже был в трансформации. Был партнер Николая по личностному росту – Алексей Толкачев, был Егор Булыгин.

Мы проводили эту группу вечером каждого четверга без перерыва в течение месяца. Получили отличные и очень интересные тестовые результаты, получили наработки, которые хотели, отработали несколько моделей и закрыли его, потому что Петя много ездит по стране, открывая свои филиалы, а я постоянно летаю.

Самое интересное в продажах коучинга – когда вы выкладываете его и начинаете немного пиарить, а люди относятся с большим недоверием. Кто-то приходит, кто-то не приходит, но как-то они видят все это. Потом вы наиграетесь и снимаете это с продаж, потому что надоедает.

Постоянно коучить тоже тяжело – это очень ресурсоемкое занятие. Как только вы его снимаете и говорите, что закончили продажу – тут же приходит какая-то непонятная толпа людей и просит вернуть. Когда закрыли «Продажи или смерть» письма пошли валом: «А когда будет повторение? Я вот хотел, не успел, как же так!»

Аналогичная ситуация с живыми тренингами. Например, в марте у меня было 3 живых тренинга, каждый по четыре дня, т.е. март был очень

плотно забит. Тренингов было море, людей тоже было море и все кто хотел – пришли.

Потом я взял отпуск и в апреле ничего кроме коучинга не вел. Был только один тренинг по манипуляциям в начале месяца. И все, с живыми я завязал, сказав: «Живые в Москве будут в следующий раз только на конференции». Я свою программу отработал, мне дальше с одной и той же программой не интересно и все.

Интересно было другое. Как только я закрыл живые, сказав, что их теперь не будет – тут же посыпалась куча вопросов: «А когда будет следующий живой? Я бы с удовольствием сходил на ваш живой тренинг и вот бы хотел на вас в живую посмотреть». Ну где же вы были месяц назад?! Это нормально. К сожалению, этот парадокс всегда и везде.

В коучинге «Продажи или смерть» мы действительно увольняли тех, кто не продавал. Мы их увольняли, именно поэтому он и был интересный, он был результативный, познавательный и очень драйвовый. Мы попробовали и у нас получилось, его постоянно вести.

Как вы считаете, зачем вам вести коучинг в целом? Первая задача здесь – деньги, вторая – личный рост, опыт. Допустим, вы подросли, а вопрос с деньгами не стоял по определению. На самом деле коучинг «Продажи или смерть» стоил 15000 рублей в месяц – это совершенно смешная цена, потому что час моего времени стоит \$1000.

Этот коучинг не закрыл цель по деньгам, рост тоже не закрыл, потому что-то, что я хотел – отработал. Мы сделали, мы провели, мы закрыли. Поэтому как вы будете делать это для вас – всегда ваше решение.

ДЛЯ ЧЕГО НУЖЕН КОУЧИНГ

Для результатов клиентов? У моих клиентов есть результаты. Себе не нужно доказывать, что можно ли добиться этих результатов или нет. У нас сегодня в базе есть порядка 4000 положительных отзывов.

Кто-то меня просит взять в коучинг: «Мне вот деньги нечем платить. Давайте я вам потом заплачу? Зато у вас будет положительный отзыв». У нас уже есть 4000 положительных отзывов и этот 4001й ничего не даст по большому счету.

Самому расти? Да, интересно, но это не единственный способ самостоятельного роста. Опыт есть, мотивация есть. Нарботки ситуаций есть. Пока нравится веду.

Самооценка у меня итак завышена, так что с этим проблем нет. Мощное самообразование, людей довести до результата, чтобы себя прокачать – да, есть.

Но если вы думаете, что так вы повышаете лояльность клиентов – вы ошибаетесь. В коучинге лояльности нет никакой.

КОУЧИНГ В МИНИ-ГРУППАХ

Есть какие специализированные нишевые группы. Можно было бы спокойно вести "Продажа или смерть" в инфобизнесе, потому что больше половины людей в группе были из инфобизнеса, а часть была из реального бизнеса.

Одним было интересно посмотреть на реальный бизнес, а реальному бизнесу – на инфобизнес. К концу месяца и те, и другие решили и реальный бизнес открывать, и инфобизнесом заниматься, потому что это было интересно.

Можно по определенным темам: есть коучинг по ораторскому мастерству в мини-группах, есть профессиональные, есть географические (только в определенном городе), есть просто общие, которые вот вокруг вас собираются.

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ В КОУЧИНГЕ В МИНИ-ГРУППАХ

Плюсы:

- 1. Такая группа дает максимальную ценность участникам,** потому что в группе около 10 человек. Идеально работать;
- 2. Динамика идеальная,** все друг друга знают, все друг с другом дружат;
- 3. Относительно простой процесс продаж, относительно небольшой процент отсева.** Если вы не будете сами их выгонять, то процент отсева будет небольшим, особенно если группа в 10-15 человек. Эти группы могут быть собраны из очень маленькой клиентской базы. Буквально в несколько сотен человек уже можно собрать группую коучинга;
- 4. Можно спокойно выставить средний и высокий ценник,** т.е. от \$400 до \$1000 в месяц с человека, за такую мини-группу будет вполне. Обычная группа 10-20 человек и они дают неплохой доход тренеру, или коучу

Минусы:

1. **Фамильярность приводит к проблемам.** Люди к вам начнут относиться не как к эксперту, а как к знакомому, значит будут меньше к вам прислушиваться, будут сами все знать и т.д.
2. **Требуется неплохой уровень знаний.** Вы должны быть прокачанным. Прокачанный навык, которому вы учите, и прокачанные знания, как вести группу.;
3. **Группа может быстро схлопнуться,** особенно, если там появляется 1-2 активных недовольны, которые тут же могут перетянуть группу на свою сторону, учитывая, что все друг с другом дружат. Они могут легко сказать: «Ребят давайте делать тоже самое вместе. Зачем нам этот эксперт, он же все равно нам в принципе ничего нормального не дает! Зачем ему платить?». Как говорится, одно плохое яблоко может испортить все остальные;
4. **Все на виду.** Иначе говоря, если у людей нет результатов, то все об этом знают, это всех парит, такая группа будет разваливаться. Коучинг в мини-группах это большой плюс, с этого было бы не плохо начать, но, понимаете в том, что вам все равно. Это не плохо, но это проходящий этап. Вы больше 1-3 лет вряд ли будете вести.

МАСТЕР-ГРУППЫ

В этой главе мы поговорим про коучинг в больших группах. Термин «Мастер-группа» в обиход ввели именно мы, до наших действий на этом фронте такого названия не было. Поздравляю вас, вы находитесь как раз у самых истоков развития группового коучинга в России.

Откуда пришло понятие мастер-группы? В английском языке есть понятие «мастер майнд групп». Но это очень долго звучит, поэтому я его сократил, поэтому мы начали здесь делать «мастер-классы» и «мастер-группы». Понятие «мастер майнд группы» пошло из тренингов личностного роста, которые мы и стали моделировать.

Чем хороша мастер-группа? Это постоянный доход. Например, у нас в мастер-группах участвуют несколько сот человек и у них с карточки или с вебмани списывается каждый месяц 2000 рублей за мастер-группу и 6000 рублей за мастер-группу плюс, которая включает в себя и обычную мастер-группу.

Большие группы создаются из маленьких. Когда у вас тема прет, когда вы сильно ее раскачиваете, она у вас сильно раскачивается. Тогда маленькая группа становится большой. Поэтому там уже коучинг на 10 человек вести не возможно.

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ В КОУЧИНГЕ В МИНИ-ГРУППАХ

Плюсы:

1. **Нет ограничения на количество человек.** Вы можете добавить туда хоть 18000;
2. **Она продается всегда.** Она круглогодичная и вечнозеленая. Ее можно добавлять к чему угодно;
3. **Она более дешевая, чем тренинги и коучинг, но приносит гораздо больше прибыли из-за своей масштабности;**
4. **У вас есть всегда 5% аудитории, у которых будут хорошие результаты.** Вытаскивайте больше примеров людей из группы, у которых что-то получается и больше людей под вашим влиянием. Если под вашим влиянием несколько сот человек – это гораздо интереснее, чем когда у вас только 10.

Минусы:

- 1. Большой процент отваливается,** естественно, после 1-3 месяцев,
- 2. У вас гораздо меньше связей с коучем из группы,** то есть у вас между коучем и группой практически отсутствует виртуальная связь.

Если вы ведете живые тренинги, вы наверняка замечали следующий парадокс: когда вы спрашиваете в конце выступления, есть ли вопросы – все молчат. Замечательно, все свободны. Но тут же подходит толпа человек «у меня есть к вам 1 вопрос». Причем, вопрос есть только у 2-3 человек, а подходит около 30, чтобы *послушать*.

Аналогично, в мастер-группу многие также приходят послушать. Именно поэтому важно давать в мастер-группе 3 вещи:

- *часть времени вы должны давать какую-то тему,*
- *часть времени должны быть ответы на вопросы,*

Потому что вопросы будут по теме и не по теме, но если вы просто будете делать каст с ответами на вопросы, то к вам будут люди не очень часто приходить,

- *часть времени вам нужно давать какие-то практические бонусы,*

Например, в мастер-группе плюс у нас есть архив, который вечно пополняется, он уже больше 10 гб. Там содержится куча шаблонов по разным видам бизнеса для тех, кто не хочет искать в интернете или креативить самостоятельно. Эти рабочие шаблоны проработал или я, или кто-то из моих клиентов, их можно брать и делать.

Мы выкладываем много бонусов в папку «мастер-группа плюс», «инфобизнес», «бизнес», «личный рост» и т.д. Вы можете найти много примеров по разным отраслям, например, примеры продаж со сцены, которые можно тупо переводить и моделировать.

Буквально сегодня в папку мастер-группы плюс добавил довольно интересный инфопродукт «Как финансировать свой стартап», в которое говорится о том, как найти деньги для финансирования своего стартапа, как сделать так, чтобы вам дали много денег. Там можно найти кучу видеоуроков, которые это описывают.

Аналогично, тут тоже есть часть аудитории, которая просто качает все это в папку на своем компьютере «разобрать» и успешно забывает о ней.

ФОРМАТ

Мастер-группа проходит раз в неделю, мастер-группу плюс я стараюсь вести пару раз в месяц, но минимум один раз в месяц, максимум 2. Я понимаю, что если бы я ее вел раз в неделю, то там было бы больше людей.

Но раз в неделю мне менее интересно, а тем кому на самом деле интересно – приходят в коучинг. Сейчас в коучинг набилось столько людей и проектов, что как бы я распределяю свое время соответственно тому, что происходит.

Если мы говорим про малые группы и мастер-группы, то малые группы в основном ведутся в живую, из-за личного участия, а мастер-группы ведутся в интернете. Они менее ограничены по времени, в пространстве.

У нас было огромное количество людей, которые просили сделать коучинг «Продажи или смерть», но вебинарами. Причем, они готовы были платить те же 15000 рублей в месяц, то есть \$500 в месяц. Обратите внимание, вот незакрытая и востребованная ниша, которую вы сможете адекватно продать, вести и у ваших клиентов будут результаты.

КОУЧИНГ ПЛЮС

В этой главе мы поговорим про модель коучинг плюс. Что значит коучинг плюс? Это то, на счет чего плюются абсолютно все сертифицированные коучи, говоря, что это не чистая модель, что так никто не делает.

Но эта модель которая приносит максимальное количество денег. Если для вас финансы играют ключевую роль, то коучинг плюс – это то, о чем надо задуматься.

Данную модель я подглядел у Дена Кеннеди. Сначала я не понимал, в чем ее суть, хотя был успешным пользователем. Потом когда до меня дошло, я прозрел. Коучинг плюс – это коучинг плюс сервисы.

Какие вы сервисы можете дать? Например, в нашей трансформации я даю безлимитный доступ ко всем тренингам и инфопродуктам плюс кучу дополнительных вещей. Есть всевозможные партнерки, возможность выступить на инфоконференциях. У нас есть пиар агент, если инфобизнес дошел до определенного уровня, то мы ему начинаем помогать продвигаться в телевизор, журналы, газеты и т.д. Есть групповые инфопродукты, есть соавторство.

Что ещё может быть? Лицензионное использование дополнительных материалов, когда вы можете дать человеку лицензии использовать что-то из вашего. Может быть доступ к поставщикам по эксклюзивным ценам, сервисы, эксклюзивные продукты для перепродажи или особые условия для партнеров. Это может быть дополнительный менеджер, который будет обеспечивать внедрение, это может быть обучение персонала клиента и т.д.

Чем это все хорошо?

1. Все это в разы увеличивает ценность того, что вы делаете,

2. Уменьшает отток клиентов

Это честно и не честно одновременно. Представьте себе человека, который на внутривенном вливании лежит в больнице на кислородной подушке. Допустим, он говорит: «Я не хочу больше ваш коучинг», тогда вы отключаете ему кислород и ему сразу же становится мягко говоря не приятно, не комфортно и очень плохо.

Я знаю много людей, которые занимаются коучингом в Америке и параллельно дают человеку свой сайт, сделанный по своему шаблону со стандартным лидгеном, уже с записанной мини-книгой, где все уже подключено под ключ, ставят дополнительно им номер 1-800-..., по которому они будут звонить, делают им пачку зипер карточек, флаеры, что бы люди начали рекламироваться нормально.

Люди рекламируются, проходит 1-3 месяца и дальше человек решает коучинг отключить. Что при этом происходит? Номер 1-800-... терминируется, компания говорит: «Номер отключен за неуплату», вместо сайта висит заглушка «Сайт отключен за неуплату», e-mail с доменом тут же убираются и т.д.

Так возникает огромное количество проблем, которые никак нельзя исправить самостоятельно. Поэтому из-за этого люди продолжают оставаться в коучинге. При отключении происходят две вещи:

1. Отключение жизненно важных сервисов, которые мы даем,
2. Публичное снятие.

Аналогию публичного снятия можно видеть в фильмах, когда какого-нибудь генерала разжалуют и публично снимают погоны и медали. Тоже самое если человек от коучинга отвалился – он тут же из тусовки пропадает.

Конечно, он пытается что-то делать, в твитере писать, в скайп пробиться, пытается письма писать, на встречи вызванивает, пытается

узнать, как можно попасть ему на конференцию, пытается много чего сделать, но ничего не получается.

Если вы внимательно вспомните, то у нас в тусовке было несколько людей, которые выступали на конференции 2009 года. Асейчас о них никто не знает, никто не помнит, где они, что они, чем они занимаются. Наверно, чем-то занимаются, но тусовка их забыла. Их нет. Это не случайно.

Снятие погонов и медалей проходит либо постепенно, либо сразу, но этот разрыв очень серьезный. Именно поэтому коучингплюс отличная тема – она рабочая, протестированная.

Если вы собираетесь делать коучинг, то обязательно подумайте, что вы будете давать людям как бонус. Это что-то должно быть жизненно важным и необходимым, чтобы после отключения они не смогли жить.

КЛОНИРОВАНИЕ

В этой главе мы поговорим про клонирование себя – когда вы берете свою модель, видите какой-то инфобизнес, делаете коучинг, тренинги, пишете книги и т.д.

Потом берете свою модель бизнеса, упрощаете ее и запускаете эксклюзивные представительства в разных городах, берете из одного города только одного человека и обучаете его в группе (естественно, не в личном коучинге) делать тоже самое, что вы и делали, и получать чуть менее интересный результат.

Эта идея также была смоделирована у Дэна Кеннеди. Как вы заметили, мы берем все успешные модели и раскручиваем. В этой модели есть свои ограничения:

1. По городам,

в каждом городе мы возьмем только одного человека и чем больше город, тем легче оно продается;

2. По темам,

когда берем, например, розничные магазины, то я могу взять строительный, ювелирный, сапожный и т.д;

3. По нишам,

Есть 2 типа:

- сделать франшизу под вашим именем они будут выпускаться и работать,
- сделать лицензирование, когда люди имеют право работать по вашей методике, по вашей модели, используя ваши материалы, продвигать себя

Источники продаж всего этого – это и прямые продажи, и директ маркетинг и инфопродукты, и книги, и выступления. Понятно, чем круче у вас инфобизнес, тем больше людей будет приходить и спрашивать: «Можно ли я сделаю точно также, но в своем городе».

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ В КОУЧИНГЕ В МИНИ-ГРУППАХ

Плюсы:

1. Огромная ценность,

Из-за того, что вы ограничиваетесь только одним человеком в единицу времени возникает огромная ценность. Например, когда я в трансформации работаю с человеком, то я не беру его конкурентов на время работы с ним.

Если я работаю кем-то и приходит его прямой конкурент с просьбой проконсультироваться, что конкурент сразу же посылается в сад: «Ждите».

Иду к клиенту и спрашиваю: «Вы не думали о том, чтобы сбросить наш коучинг?», они: «А что?», я: «Да ваш конкурент хочет больше заплатить. Если вы планировали закончить коучинг, то можно закончить прямо сейчас». Обычно, они отказываются.

2. Большая цена,

Можете брать гораздо больше денег, если вы даете эксклюзивность. Значит вы можете больше тратить на привлечение клиентов и быстрее расти, масштабироваться.

Нужно ставить большую цену, потому что за каждого такого вы можете тратить до \$5000 на привлечение и процесс продажи. Все это создает канал дистрибуции. Если вы проходили наши «Быстрые деньги в консалтинге», то вы являетесь нашим каналом дистрибуции, продавая наши инфопродукты, принося нам прибыль.

Минусы:*1. Ограниченное количество городов,*

Понятно, что география ограничивает, очень много желающих в больших городах и очень мало в маленьких. Большие города (Москва, Питер) уходят сразу, становится совсем не понятно, что делать в маленьких городах.

Сложнее работать с отвалившимися, которые говорят спасибо, дальше я буду работать сам. Если модель франшизы – то это больше похоже на бизнес, со всеми вытекающими отсюда проблемами: налогообложение, юридическое оформление и т.д. Здесь наибольшая вероятность дорогостоящих ошибок, если вы решили клонироваться, то ошибок может быть очень много.

2. Требуется инфраструктура, поддержки, постоянного обучения, ресурсов и постоянного мониторинга результатов,

Это сложно. Когда появляются проблемы, кто-то должен выехать и починить эти проблемы или заменить вашего одного франчайзи на другого.

Все это – очень ресурсоемкий проект, именно поэтому мы начали это в партнерстве. Наша ассоциация БизКон началась в партнерстве с Николаем, потому что две головы лучше, чем одна, а во-вторых мы ее начали не в первый год ведения инфобизнеса, а в четвертый, если не пятый.

Все это требует довольно много ресурсов, за которые мы платим отдельные деньги. Поэтому если вы решите заниматься именно этим, 10 раз подумайте и у кого-нибудь возьмите консультацию, второе экспертное мнение у человека, который занимался именно этим. Подводных камней здесь очень много.

ГИБРИДНЫЙ КОУЧИНГ

В этой главе мы поговорим про гибридный коучинг, т.е. коучинг, в котором вы используете несколько моделей сразу.

Это может быть микс по желанию клиента, некоторые люди у вас просят сделать одно, некоторые другое, для некоторых вам надо сделать бандл (когда все вместе), для некоторых, наоборот, по одиночке. О

бычно в более дорогие продукты входят более дешевые. Мы устраиваем лестничную систему как у Дэна Кеннеди была система: бронза, серебро, золото, платинум. Сейчас у нас бронза отошла, от серебра тоже, золото –голд, голд плюс, платинум, даймонд, даймонд плюс. + и т.д.

Как вы это будете называть – ваше дело. Суть в том, что это лестничная система. Но не запускайте все одновременно – на этом обжигаются все клиенты. Вы порветесь, рынок не поймет и вам не поверит.

У рынка есть инерция, когда что-то новое вы выкатываете на рынок, рынок долго раскачивается и долго думает. В целом, можно заставить 0,5% рынка впрыгнуть, но все остальные будут долго думать на эту тему.

Ваша задача – построить многоуровневый коучинг. Как это может быть? На низшем дешёвом уровне – это мастер-группа. Это ваша группа технической поддержки и вообще поддержки людей, которые покупают ваши продукты.

Вы это будете вести раз в неделю с новой темой, с ответами на вопросы, давать обратную связь тем, кто идет по вашим тренингам, рассказывать что у вас происходит в жизни, рассказывать о достижениях.

Людям это нравится, люди от этого прутся, вы рассказываете изнанку вашего инфобизнеса обязательно и люди готовы за это платить от 1000р до \$200. Мастер-группы в лоб продаются редко, обычно как дополнение к продукту, а потом люди втягиваются и продлевают.

Вторым уровнем может быть коучинг в какой-нибудь мини-группе, когда вы берете человек 10-20 и начинаете их коучить. Это может быть коучинг до результата, когда вы смотрите, какой результат люди хотят, гарантируете его и работаете с людьми давая им этот результат. Это также может быть личный коучинг или какой-либо коучинг по программе.

Все это уже зависит от вас, ваших желаний и возможностей. В целом личный коучинг у вас быть должен. Это действительно интересно. Это в том числе и самый быстрый рост. Самое прибыльное дело с человека.

Личный коучинг в группах вам нужен, потому что это самое прибыльное на объеме, мастер-группа нужна в целом, потому что без нее никак. Вы должны понимать, что организация и ведение каждого уровня коучинга – это абсолютно разные вещи.

КУДА КОПАТЬ ДАЛЬШЕ?

Если мы говорим о продаже и ведении коучинга, то я могу посоветовать вам наш курс «Коучинга до результата». Он проработан до версии 2.0». В нем я за 15 дней довожу людей до первых продаж коучинга до результата и они их начинают вести.

Если мы говорим –коучинг по программе, то у меня есть «Продажа и ведение коучинга», там основной блок 1,5 месяца и вип блок еще месяц. Я там показывал вопросы, которые надо показывать на коучинге и выкладывал свои программы.

Показывал примеры из совершенно разных ниш индустрии. Я показывал пример продажи коучинга со сцены, продажи коучинга через продающие письма и т.д. Очень обширный курс, если вы всерьез заинтересовали коучингом – вам туда.

Если сейчас вам необходимо поработать над внедрением и раскруткой мастер-группы, то лучшего курса, кроме как «Ведение и продажа мастер-групп» я вам посоветовать не могу.

Основано все на нашем опыте, однодневный тренинг-семинар, на котором я рассказываю как создать пошаговую модель. Рассказываю все о том, как продавать и вести мастер-группы. Все есть в этом тренинге.

В принципе этого должно вам хватить. Модель обязательна, если вы ведете коучинг, добавляете в него сервисы, чтобы получить коучинг плюс.

В любом случае, будем это мы или нет, найдите кого-нибудь, найдите область вашей жизни, которую вы хотите прокачать, возьмите лучшего коуча, какого только можете себе позволить – это очень важно, средний коуч вам может что-то дать, но лучший коуч вам даст на порядок больше. Найдите своего лучшего коуча, которого можете себе позволить и с ним уже работайте по теме, которая вам интересна.

ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ

Что писать в письме при продаже коучинга до результатов в лоб по базе?

В тренинге «Быстрые деньги в инфобизнесе» я давал под запись 4 важных предложения. Вы можете также запустить: «Я беру людей в коучинг. Если у вас есть такой интерес – наберите меня. Давайте пообщаемся». Все.

Какие вопросы должны быть в анкете, если отправил человек анкету на коучинг?

Анкеты на коучинг сильно убивают отклик, снижая примерно в 10 раз количество людей, которые вам ее пошлют. Подумайте сразу, нужна ли она вам на первом этапе.

Я добавил анкету для того, чтобы меньше людей писали, потому что проблемы стали не с продажами, а проблемы стали с качеством людей, которые пишут.

Мне как раз отсеивать 1 к 10 очень помогает, потому что человек если сел заполнить анкету, он потратил несколько часов на заполнение анкеты, он, скорее всего, будет хорошим клиентом.

Поэтому можете моделировать мою анкету, там как раз все есть, если вам нужно по бизнесу или инфобизнесу. Если в личном росте, то я вряд ли здесь помогу. Анкету можете урезать, чтобы она не была слишком страшной.

Если клиент будет знать заранее об условиях коучинга – все по-честному. Когда клиент постфактум узнает – не слишком ли жестко отключение кислорода?

Нужно понимать, что если тебе что-то дарят, за что коуч платит ежемесячно, когда ты отключаешься – тебе это отключают. По-моему, это нормально.

Конечно, некоторым это не нравится. Это в порядке вещей. А мне не нравится когда от коучинга люди отключаются, потому что мне не хочется бегать за ними каждый месяц: «Оплати мне!»

Здесь все очень просто. Если он не хочет использовать, может не использовать – это его вопросы и проблемы.

Можно ли выложить несколько коучингов по нескольким навыкам или стоит пока по одному написать?

Можно выложить, но не больше трех.

Что можно аутсорсить тут?

К сожалению, в коучинге люди буду идти на вас. Понятно, что мастер-группу ведет Костик, поэтому в мастер-группу люди приходят гораздо менее охотно, чем они приходят в мастер-группу плюс. Хотя мастер группа более регулярна.

Можно ли аутсорсить продажу?

Я при продаже коучинга финансовыми вопросами не занимаюсь. Деньги у меня берет Катя, меня это устраивает. Я не хочу заниматься финансовыми вопросами и все вопросы по оплате, по электронным деньгам, по «что-когда-открыть доступ куда-нибудь» - все не ко мне.

Какой десятый вид коучинга?

Десятый вид коучинга – партнерство. Когда вы берете человека в коучинг и продаете ему коучинг с таким интересным положением, что потом он становится вашим партнером или сразу становится вашим партнером.

Вместо того, чтобы учить человека что-то делать, вы открываете с ним бизнес или открываете с ним новый проект и идете с ним уже на проценты. Это гораздо интереснее, чем коучинг.

Я на партнерках поднимаю гораздо больше денег, чем если бы коучил кого-то в трансформации.

В каком порядке выстраивать лестницы голд и выше? Если сначала дать одну ступеньку, то клиент не увидит?

Как угодно. То что просят, то и даете. Каждый следующий запуск вы будете давать сами. Лестницу сначала он не увидит, когда вы добавите вторую ступень увидит, третью ступень увидит. Дальше они все увидят.

Перед началом работы заключаете ли вы соглашение с клиентом письменно?

Лично я нет. В коучинг я никаких письменных договоров, обязательств ни с одной, ни с другой стороны не составляю.

Какие три вида разделение ответственности в коучинге есть?

Ребят я не буду повторять информацию. Купите запись и прослушайте ее.

Какие личные качества прокачивают?

Все, к сожалению. Во-первых, умение добиваться результата самому – это самый простой способ. Если вы умеете добиваться какого-либо результата – это относительно легко, сильно легче.

Например, если вы умеете готовить торт, то вам будет относительно несложно передать этот навык не сильно тупому человеку. Я, кстати, торты никогда в жизни не готовил, хотя, теоретически понимаю, как его готовить.

В принципе очень много таких коучей, которые берутся за те вещи, о которых они знают, но которые они никогда не делали. Когда вы ищите коуча сами, берите человека, который сам что-то делает для себя, добиваясь результата. Это решает.

Аналогично, копирайтеры, которые продают чужие вещи, но не особо сильно разбираются в них. Они пишут хорошие или плохие письма и их это устраивает.

Копирайтер, который пишет продавая свои вещи, свои тренинги, свои инфопродукты, он более ценнен, чем копирайтер, который учит других копирайтить.

Если человек откровенно не выполняет задание, что делать?

Можете ставить на паузу коучинг и говорить: «Сделаешь – вернешься». Очень часто не возвращаются. Я никакие гарантии возврата денег не даю.

Давайте разберем это. Если вы начали продавать коучинг до результата, то в начале когда у вас нет ещё этих результатов, вы можете давать клиентам гарантию. Например, первым 10 людям дать гарантию. Понятно, что половину из них вы выгоните нафиг, отдав деньги обратно.

А когда у вас вопрос ужес результатами не стоит, вы уже можете не давать гарантии. Лично я не беру в коучинг людей, которые хотят гарантии. Принципиально.

Мы даем гарантии на наши инфопродукты, где нам совершенно все равно, на первый блок тренинга, где мы просто вкладываем это в общую сумму, в общий процент, в бизнес-модель.

Мы знаем, что какой-то процент людей отвалится, попросит деньги обратно. Мы их забаним тут же. Мы даем гарантии на коробки, потому что нам все равно, окрыли доступ, человек не понравился, мы закрыли доступ. Тут тоже все равно.

Но на то, что включает в себя мое время, я гарантий не даю. Когда я веду тренинг, я на него гарантию не даю. Хочешь гарантию на тренинг? Жди коробку!

Но нужно быть идиотом, чтобы ждать коробку, потому что закрытие процента людей, получается сильно. В тренинге он сильно выше. Если бы все люди умели работать самостоятельно, у них все бы было в жизни хорошо.

Как решается изначально: предлагать человеку коучинг или консалтинг?

В корпоративном виде я бы предлагал консалтинг, в не корпоративном – коучинг.

Как часто имеет смысл менять своего коуча?

Если коуч дает результат продолжайте с ним коучиться, если результат перестал давать – меняйте.

Когда проводишь семинары – бесплатные или условно бесплатные – на какой коучинг лучше закрывать?

Всегда лучше и легче всего продается коучинг до конкретного результата.

Что посоветуете для продаж трансформационного коучинга и коучинга в мягких нишах?

Можно ли там дать какой-нибудь осязаемый или измеряемый результат? Если да, то какой? Если осязаемый результат дать нельзя или он плохо описывается, тогда вам поможет большой продукт «Продажа и ведение коучинга».

В нем была куча примеров, в том числе и из мягких ниш. Также там было 50 вопросов, которые стоит задать человеку в начале сессии. Из них составляется стратегический план развития, измеряемый, по которому его уже надо вести.

Мы даже в мягкой нише пытаемся привязаться к чему-то осязаемому, пытаемся заставить вести дневник успеха, чтобы можно было проследить результаты. И уже от этого отталкиваясь, идем вперед.

Можно ли результаты клиентов в коучинге выкладывать на сайте?

Не можно, а нужно. Выкладываете на сайте результаты, пиарьте их для всех, именно результатами коучинг и будет продаваться потом.

Если не сертифицироваться, то какого коуча выбирать?

Такого, у которого есть такие результаты, которых ты хочешь добиться. То есть если хочешь научиться играть на пианино, то выбирай коуча, который играет на пианино сам, лучше если он будет находится в той точке, куда ты хочешь прийти.

И НАПОСЛЕДОК...

Я надеюсь, что тема коучинга вас теперь не отпустит.

Удачи вам в ваших внедрениях, а также в поиске клиентов и новых учителей.

До встречи с вами в следующих тренингах, а с некоторыми из вас и в коучинге тоже.

Спасибо и до новых встреч!

Андрей Парабеллум

ПРОДАЖА КОУЧИНГА 2.0

Продажа и ведение прибыльного коучинга

Тренинг по продаже индивидуального и группового коучинга, тренерства (наставничества) и продаже мастер-групп.

В тренинге было 2 блока: основной + VIP.

Тренинг проводился серией вебкастов (программа очень обширная, как раз можно адекватно выдать ее всю, не пытаясь влезть в формат живого семинара).

Бонусы: в наличии :)

На основной блок тренинга приглашаются все желающие, коучи, тренеры и те, кто этим сильно хочет заняться. А так же те, кому безумно нравится тренерская работа.

Для кого создан этот тренинг: - для того, у кого «глаза горят», кто жаждет передать свои знания, умения и навыки своим клиентам и ученикам, но пока не знает как; - для того, кому абсолютно необходимо научиться «зажигать» собой людей для того, чтобы помогать им менять мир к лучшему; - для того, кто не может по ночам спать от того, что его распирает от новых идей; кто умеет и любит общаться с людьми, передавая им с любовью частичку себя; для кого успех его учеников и клиентов является наивысшей наградой.

VIP блок - исключительно только для уже практикующих коучей или тех, у кого уже есть свой коучинг бизнес! Особенно он будет полезен тем, у кого уже есть тренерские филиалы в регионах и разных городах. А так же тем, кто обучает тренеров. Новичкам не стоит даже думать о участии в нем - сэкономьте лучше свои деньги - все равно не сможете внедрить стратегии и тактики, которые мы будем обсуждать. На VIP блоке (как обычно) будет вестись разговор про массовые сеансы, большие деньги,

Кашпировского и Чумака и те самые полпроцента, которые и дают львиную долю результатов.

Также на VIP блоке я в деталях рассказал, как продавать Коучинг как самый лучший вид Консалтинга.

FAQ: В кастах также была масса ответов на все ваши вопросы.

План тренинга:

1. Маркетинг для Коучинга и Мастер-групп.
2. Кто и почему платит за коучинг.
3. Дополнительные источники денег в коучинге.
4. Главный закон коучинга.
5. Что абсолютно необходимо в Вашем Sales Letter при продаже коучинга.
6. Мастергруппы
7. Плюсы и результаты одновременного тестинга новых идей, стратегий и фишек
8. Коллективный разум
9. Типовые инструменты для массовых продаж коучинга
10. Работающие мислевирuсы и их внедрение
11. Эмоции или факты
12. Сила анкет
13. Offers & Deadlines

14. Многошаговые продажи
15. Многоуровневый коучинг
16. Коучинг и Консалтинг
17. Индивидуальный и групповой коучинг: упаковка, ценообразование и продажа
18. Гарантии и их правильное использование в коучинге
19. 3 основные категории проблем в коучинге:
 - а) Деньги
 - б) Контроль клиентов
 - в) Организация коучинга

VIP блок:

1. Индивидуальный и групповой коучинг: упаковка, ценообразование и продажа (фишки, которые работают сильнее).
2. Клонирование коучинга
3. Лицензирование и коучинг
4. Менеджмент коучинг программ и клиентов
5. Работа с ожиданиями и их выстраивание
6. Серьезные проблемы в коучинге и методы их предупреждения

И, естественно, еще масса всего интересного...

Ответ на вопрос: "Зачем мне нужен этот тренинг"?

Этот вопрос мне за последние несколько дней задали уже несколько раз.

Попробую вкратце объяснить...

Для тех, кто все измеряет в денежных знаках, коучинг - это самый быстрый способ добавить шестизнак (\$100000+ в год) к Вашему доходу.

Для тех, кто жизнь измеряет с точки зрения эффективности, коучинг – это один из очень немногих инструментов точечного воздействия на людей. Инструмент, который провоцирует самые глубокие изменения в человеческом поведении в минимально короткий срок. Если тренинги можно сравнить с ковровой бомбардировкой, в которой мы используем законы больших чисел, то коучинг в этом случае можно сравнить со снайперским ружьем – делает выстрел точный и очень результативный.

А для тех, кто больше всего в жизни ценит человеческие отношения, коучинг – это способ по-настоящему близко узнать очень много разных людей и оказать огромное положительное влияние на их жизнь.

Одним словом, если Вы чувствуете, что это Ваше, то коучинг – это тот самый инструмент в Вашем профессиональном наборе, который будет Вашим незримым попутчиком и помощником всю оставшуюся жизнь.

Если же нет – то Вам не сюда :)

Чтобы узнать подробнее о тренинге «Продажа коучинга 2.0» и посмотреть архив тренинга, перейдите по этой ссылке:

<http://infobusiness2.ru/Coaching>

КОУЧИНГ ДО РЕЗУЛЬТАТА 2.0: ПРОДАЖА И ВЕДЕНИЕ

На ИнфоКонференции Вы могли уже увидеть вживую несколько моделей ведения коучинга.

Как и то, сколько зарабатывают коучи за каждого своего клиента.

Зачастую - далеко за 100 000 рублей за 2-3 месяцев.

Но во всем этом есть один "секрет". Они все работают со своим клиентом до конечного результата.

То есть, если результат идет медленно (или совсем не приходит) - то коучинг будет продолжаться и продолжаться.

Так что мотивация в этом случае - колоссальная.

Как клиента, так и самого коуча.

Глядя на то, насколько стала востребована эта тема, я решил провести экспресс-тренинг по теме

Коучинг до результата 2.0: Продажа и ведение

Работать будем в ежедневном формате вебинаров, где всего лишь за 2 недели Вы разработаете свою коучинг программу, а также (!) продадите свой первый коучинг до результата.

Как минимум один.

(Это я вам гарантирую.)

Единственное ограничение - Вы уже должны понимать, чему Вы будете обучать своих клиентов.

И у Вас это уже должно получаться.

Будь то в тренинге или вебинаре, группе или индивидуально, вживую или по телефону, на кухне поздно ночью, в офисе рано утром или "в поле" 24 часа в сутки...

Программа тренинга:

- Чему учить? Знания или навыки. Есть у меня или есть у клиентов. Влияние коуча
- Как учить? Наличие программы. Рамки варьирования состояний клиентов, целей, программы и результата. Гибкое использование множественных программ
- Группа против индивидуальности. Работа в паре. Совместимость с коучем.
- Точка А --> Цели --> Рамка результата --> Программа --> Рамки гибкости
- Работа в потоке. Стресс и скука. Правильные зигзаги
- Разбивание процесса по частям. Вызов потоковых состояний. Плавный вход в коучинг.
- Делание частей в потоке совместно с коучем --> делание частей в потоке самостоятельно под надзором коуча и обратной связью --> делание частей самостоятельно с проверкой результатов
- Делание целого в потоке совместно с коучем --> делание в потоке самостоятельно под надзором коуча и обратной связью --> делание самостоятельно с проверкой результатов
- Закрепление. Второй проход. Особенности и предсказуемые кризисы

- Откаты и их интеграция в программу
- Если не работает - возможные ситуации и выходы из них
- Предсказуемое достижение результата. Альтернативные выходы из программы. Паузы и разморозки.
- Подготовка историй, баек, анекдотов и притч. Подготовка простых кейсов.
- Интеграция коучинга в инфобизнес. Дополнения к тренерской работе
- Процесс интервью.
- Процессы привлечения клиентов. Ключевой процесс закрытия на коучинг.
- Личная эффективность. Играющий тренер

Детальный план тренинга по дням:

Неделя 1: Подготовка к продаже коучинга до результата

День 1: Описание коучинга до результата

День 2: Гарантируемый результат и рамки клиентов

День 3: Программа коучинга

День 4: Доработка программы коучинга

День 5: 3 клиентских кейса

День 6: Читкоды для клиентов

День 7: 3 клиентских кейса: обратная связь

Неделя 2: Продажа коучинга до результата

День 8: Sales Letter для продажи коучинга

День 9: Продающий текст: обратная связь

День 10: Процесс интервью

День 11: 1я продажа коучинга

День 12: 3 первых продажи

День 13: Продажа коучинга: обратная связь

День 14: Финал

Неделя 3: Массовые продажи коучинга до результата

День 15: 3 дополнительные технологии усиления продаж коучинга до результата. Интеграция коучинга в инфобизнес. Личная эффективность коуча.

Чтобы узнать подробнее о тренинге «Коучинг до результата 2.0: Продажа и ведение» и посмотреть детальный план тренинга, перейдите по этой ссылке: <http://infobusiness2.ru/CoachingExpress>

P.S. Именно этим способом и были проданы первые 300 тысяч рублей девочкой БЕЗ своего инфобизнеса на 3й день коучинга в программе "Коучинг на миллион"

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОДАЖА МАСТЕРГРУПП

Тренинг "Организация и продажа МастерГрупп" - первый в своем роде.

В быстром формате я выдал несколько возможных вариантов организации, упаковки и продажи МастерГрупп.

Последний час коучил всех, кто смог придти с их индивидуальными Мастер Группами.

В том же формате, в котором проходил "100 за 100".

Плюс была выдана концептуальная стратегия выстраивания вашей истории и общего роста вашего инфобизнеса на следующие несколько лет.

И еще несколько тем.

Чтобы узнать подробнее о тренинге «Организация и продажа МастерГрупп», перейдите по этой ссылке: <http://infobusiness2.ru/MG>

Как купить эту книгу с большой скидкой?

Если вы хотите заказать 10-1000 экземпляров для распространения среди своих дистрибьюторов, клиентов или партнеров, то мы даем хорошие скидки на объемы:

10 книг – скидка 10%

20 книг – скидка 25%

100 книг – скидка 50%

1000 книг – скидка 75%

Чтобы заказать книги, позвоните по телефону (495) 662-99-49

Зарегистрируйтесь прямо сейчас

на нашем сайте www.infobusiness2.ru и скачайте **бесплатно** более 300 аудиозаписей mp3, 100 видео и более 50 книг по бизнесу, инфобизнесу, продажам, маркетингу и личностному росту.

После регистрации вам автоматически откроется наш раздел «Мои продукты» → «Free»