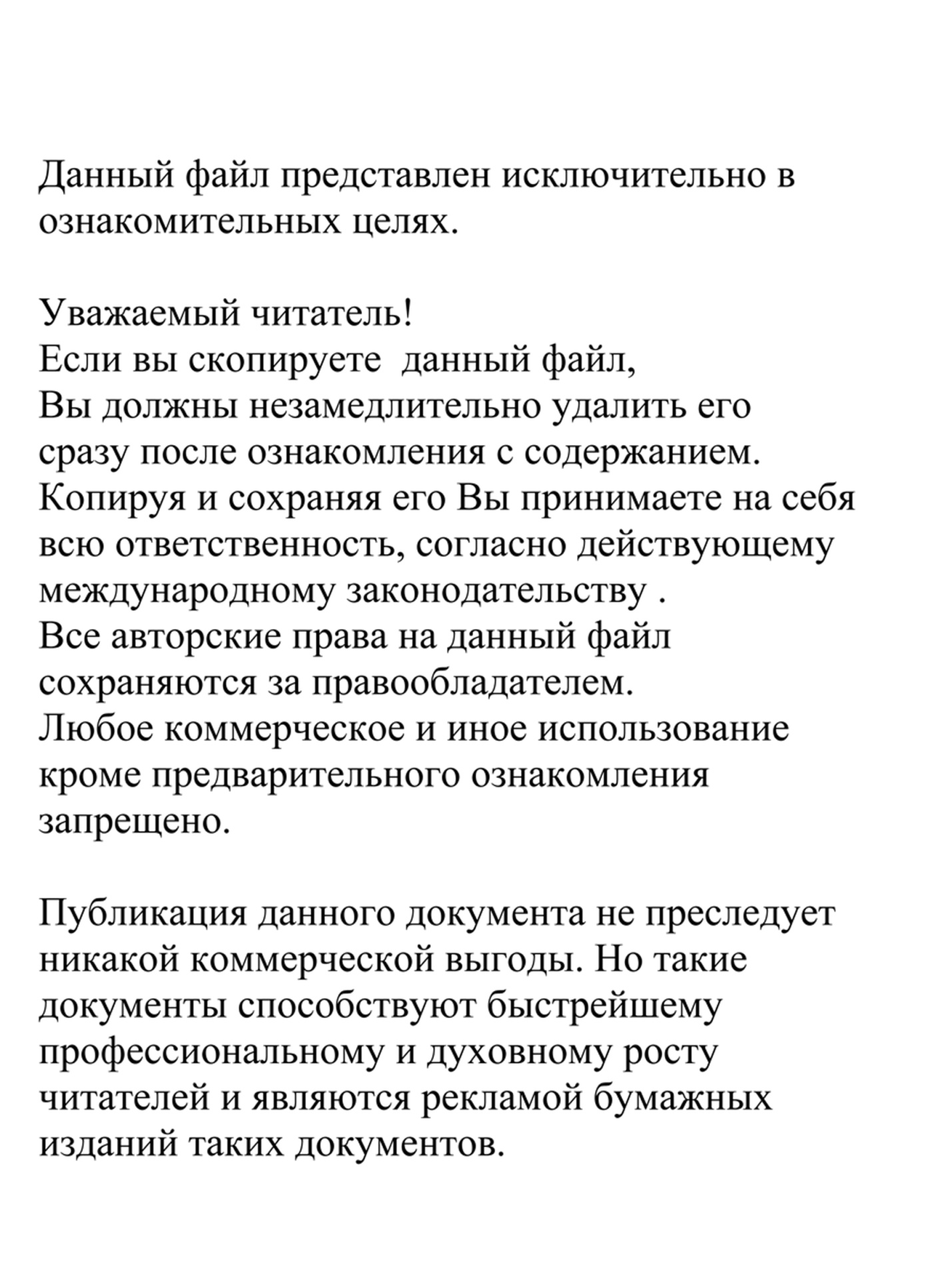
****

**Эксперт-руководитель**

**(Руководство по эксплуатации человека человеком)**

**Только для руководителей.**Настало время радикальных перемен. Необходимо посмотреть правде в глаза: в каком состоянии находится ваша компания? Сейчас, как никогда ранее, актуально ***увеличение отдачи от сотрудников при снижении затрат на них.***

Мы говорим не о локальных мерах, а о свежем взгляде на бизнес-процессы в Вашей организации и о переходе к регулярному управлению ***заменяемыми*** ***функциональными единицами.***

Богатый рынок рабочей силы, тысячи уволенных сотрудников – это прекрасный шанс сократить издержки, а также заполучить лучших специалистов, с которыми, пережив кризис, Вы сможете взлететь до небывалых высот.

**Семинар будет полезен:**

Хозяевам, первым лицам и руководителям, в чьи обязанности входит не только «обеспечивать процесс», но и *добиваться результата*.

Работа руководителя – в первую очередь ремесло. И лишь потом способности. Время самородков проходит. Нужно знать и грамотно использовать стандартные технические решения и приемы профессионального мышления. Вашей одаренности, которая помогала справляться с работой «по наитию», уже недостаточно!

**От того, насколько хорошо Вы это понимаете, зависит:**

* Вы эксплуатируете сотрудников, или они Вас,
* Имеет Ваша компания технологию или только «традицию»,
* Отрабатывают сотрудники свои деньги или приходится им переплачивать,
* Выполняете Вы, руководитель, свою работу в полном объеме или «щадите чувства»,
* Шантажируют Вас «незаменимые специалисты» своим уходом или зависят от Вас,
* Остается ли у Вас время от повседневных авралов для работы на перспективу.

**Программа семинара:**

**1. Первичное правило выбора подчиненных.**

* Какие подчиненные бывают,
* Плюсы и минусы разных типов подчиненных,
* Преимущества опоры на один из типов.

**2. Ценз на входе.**

* Предварительный отбор, как обязательный этап руководства,
* Правила предварительного отбора,
* Требования к предварительному отбору,
* Тонкости и нюансы проведения предварительного отбора.

**3. Рабочий процесс, как обеспечение управляемости организации.**

* Недостатки стихийного и достоинства регулярного построения организации,
* Обязательные элементы рабочего процесса,
* Требования к разработке рабочего процесса,
* Интенсивное использование рабочего процесса для обеспечения наилучшей управляемости сотрудников.

**4. Корпоративный миф, как инструмент повышения отдачи от сотрудников.**

* Преимущества использования корпоративного мифа,
* Принципиальные особенности организаций, использующих корпоративный миф,
* Единая структура воздействия,
* Правила игры и сбор информации,
* Административные и материальные методы поощрения и наказания.
* Разработка корпоративного мифа и работа подразделения внутреннего PR организации.
* Внутренний PR как продолжение функции руководителя.

**5. Особенности руководства «ближним кругом» сотрудников.**

* Иерархия и классификация сотрудников по степени близости к руководству,
* Обязательные требования к «ближнему кругу» сотрудников,
* Характер личных отношений руководителя с «ближним кругом», выстраивание персонального мифа.

**6. Единство системы руководства.**

* Системный характер руководящих усилий,
* Взаимосвязь всех элементов системы,
* Необходимость одновременного руководства на всех уровнях системы.

**7. Заключение. Идеология неравенства.**

* Принципиальные особенности личности руководителя в отличие от подчиненного,
* Использование этих отличий,
* Вред от игнорирования отличий,
* Личные проявления руководителя, как инструмент руководства.

Материал основан на многолетнем опыте принятия собственных организационных решений и консультирования фирм, компаний и организаций по восстановлению их управляемости и результативности.

|  |  |
| --- | --- |
| [[Тимур Гагин](http://www.classs.ru/trainers/gagin/)](http://www.classs.ru/trainers/gagin/) | **Автор и ведущий тренинга: Гагин Тимур Владимирович**  Владелец и руководитель консалтинговой фирмы «FBS», автор многих нестандартных и зачастую шокирующих решений, которые необычно звучат, но действительно работают и приносят результат.  Известный специалист по воздействию человека на других людей и воздействию организаций на людей внутри и снаружи.  Популярный бизнес-тренер, ведущий авторских семинаров в России и за рубежом.  Автор книг. Основной разработчик наиболее современной технологии системного анализа и поиска слабых мест в организации – «Конфайнмент®-моделирования». [Подробнее »](http://www.classs.ru/trainers/gagin/) |

**Опыт:** Двенадцать лет руководства собственным бизнесом, успешное консультирование многих компаний: вывод на окупаемость, увеличение прибыли, выход на новые рынки, замена состава сотрудников и их обучение, разработка и оптимизация рабочих процессов, подробных должностных инструкций. Восемь лет работы бизнес тренером и консультантом в рамках открытых и корпоративных программ обучения.

**Организационная информация:**

Формат и длительность тренинга: 2-х дневный интенсив с 11.00 до 18.00.

**Стоимость обучения в Бизнес Классе:**

**Для юридических лиц**

Стоимость семинара - 17 500 рублей.

* При оплате за неделю - 16 500 рублей.
* При оплате за две недели - 15 500 рублей.

Каждый третий сотрудник одной компании обучается БЕСПЛАТНО.

**Для физических лиц**

Стоимость семинара - 14 500 рублей.

* При оплате за неделю - 13 500 рублей.
* При оплате за две недели - 12 500 рублей.

В стоимость входит обучение, комплект раздаточных материалов, обед, кофе-паузы. Проживание не входит в стоимость тренинга.

**Использовать на семинаре диктофон, камеру и другие средства записи - не разрешается.**

# Результативное управление персоналом

В ситуации кризиса растеряны все.

Особенно важным для руководителя является сохранить у своих сотрудников рабочий настрой, веру в завтрашний день, тем самым обеспечить должное функционирование компании.

В условиях увольнений, сокращений зарплат, всеобщей нарастающей паники требуются особые усилия, направленные на нормализацию климата в коллективе и повышение лояльности к компании.

Безусловно, сейчас, как никогда раньше, необходима максимальная отдача от сотрудников. Важно, чтобы все задачи выполнялись качественно и в срок, чтобы каждый сотрудник выполнял возложенный на него объем работы, а у Вас оставалось время для решения важнейших стратегических задач.

Здесь совсем ни к чему пустая теория, мы подготовили для Вас техники и приёмы, многократно проверенные на практике, и они – работают.

**Тренинг ориентирован на руководителей всех уровней, кому важно:**

- вдохновлять и убеждать своих сотрудников,

- отдавать распоряжения и ставить задачи так, чтобы их выполняли,

- подбирать свой «ключик» к каждому вашему сотруднику,

- качественно и результативно делегировать полномочия,

- владеть различными стилями управления.

**Цели тренинга «Результативное управление персоналом»:** научиться организовывать работу так, чтобы она подходила каждому отдельно взятому человеку, а людей организовать таким образом, чтобы каждый человек достигал на своем рабочем месте максимальной эффективности и производительности.

Есть правило: вам не удастся получить от работников всего того лучшего, на что они способны, если вы разожжете огонь под ними, - лучше поищите способ зажечь огонь внутри них. Чтобы эффективно управлять, современному руководителю нужно придерживаться этого правила. И, кроме того, ему нужно быть лидером своей команды, уметь влиять на своих сотрудников, грамотно ставить перед ними задачи, эффективно обучать, развивать, оценивать и мотивировать их.

Тренинг максимально практичен – все важнейшие техники и приемы будут отрабатываться участниками посредством ролевых игр и кейсов.

Начинающие руководители получат на тренинге большой объем практической информации, которая убережет их от типичных управленческих ошибок, приобретут полезные навыки, которые помогут им строить работу своих подразделений максимально эффективно.

Опытные руководители получат на тренинге ценную возможность посмотреть на свое управление со стороны, выйти за границы привычных решений, взглянуть по-новому на свой персонал и собственные методы управления, открыть для себя новые возможности. Эффективное управление персоналом – это великое искусство. Искусство, которому можно и нужно учиться!

Тренинг ориентирован на руководителей всех уровней.

**Переговоры без поражений**

|  |  |
| --- | --- |
| Переговоры без поражений |  |

**В чем особая важность переговоров, которые проводятся в кризис?**

Так как происходит перестройка взаимоотношений, переоценка многих позиций, то **количество и важность переговоров резко возрастают**. Фактически нам придется договориться о новых условиях работы и жизни со многими людьми: начальством, важными клиентами, сотрудниками, арендодателями и арендаторами.

И это естественно, когда все внешние условия среды, жизни, хозяйствования изменились. Более того, договариваться придется и в личной жизни, потому что уровень потребления, который был для нас привычным раньше, сейчас будет снижен. И нужно обсудить в семье, на каких условиях жить.

Эти переговоры происходят с ключевыми людьми, **важно их вести так, чтобы не испортить отношения и при этом отстоять свои финансовые интересы,** чтобы не разориться.

**Как пройти между этими двумя опасностями – основная тема, которой посвящен тренинг.**

Научиться искусству переговоров, умению выходить из непростых ситуации со щитом, а не на щите вы сможете на тренинге «Переговоры без поражений». Программа будет интересна владельцам бизнеса, топ-менеджерам малых и средних компаний, руководителям подразделений, менеджерам по персоналу и всем специалистам, которые ежедневно сталкиваются с необходимостью общаться с «золотыми рыбками». Благодаря навыкам, полученным на тренинге, участники смогут лучше и быстрее достигать взаимопонимания с партнерами по бизнесу, с коллегами, с родными и близкими.

**Основные темы:**

**1. Суть переговоров**

Структура переговоров. Компоненты: люди, позиции, интересы, варианты, критерии. Отличие переговоров от торговли. Критерии эффективности переговоров.

**2. Определение Вашего личного переговорного стиля**

Какие стратегии переговоров вы обычно выбираете. Гибкость и осознанность поведения – залог успеха переговоров.

**3. Три стратегии ведения переговоров: мягкая, жесткая и принципиальная**

Сравнительный анализ эффективности каждой стратегии: преимущества и недостатки. Последствия применения различных стратегий. Концепция «принципиальных переговоров» – ключевые аспекты, достоинства и сложности в применении.

**4. Позиции и интересы сторон**

Как узнать, какие интересы стоят за позициями сторон. Выявление подлинных интересов партнера и обозначение своих интересов. Поиск области соприкосновения с Вашими интересами.

**5. Различные способы ведения переговоров**

Уход, приспособление, борьба, компромисс, сотрудничество. Как выбрать наиболее эффективную стратегию переговоров применительно к конкретной ситуации. Как усилить собственную позицию. Сила и слабость в переговорах.

**6. Влияние эмоций на процесс переговоров**

Владение собой в переговорах. Как быть внимательным к эмоциям оппонента. Как выстроить доверительные отношения с собеседником.

**7. Манипулятивное поведение в переговорах**

Навык определения манипулятивного поведения. Противодействие манипуляциям.  
Что делать, если договориться невозможно.

**Особенности программы:**

1) В основе курса лежит уникальная авторская методика, объединяющая самые современные достижения  практики переговоров отечественных и зарубежных компаний.

2) Тренинг разработан и проводится  профессиональным тренером, который сам является предпринимателем и руководителем с богатым собственным опытом реальных переговоров различного масштаба.

3) Программа включает большое количество практических упражнений, что позволяет участникам отработать техники эффективных переговоров прямо на месте. При ситуативных играх используется видеокамера, что помогает увидеть свои стратегии ведения переговоров.

Опыт показывает, что прошедшие курс чувствуют себя намного увереннее в любых переговорах – от собеседования при приеме на работу до миллионных сделок.

Тренинг подразумевает групповые обсуждения, ситуационные задачи, уникальные авторские ролевые игры. По окончании тренинга все участники получат памятные сертификаты, но самое главное - научатся вести переговоры, сохраняя спокойствие, что позволит в итоге добиваться поставленной цели.

Для выпускников тренинга «Переговоры без поражений» существует второй уровень обучения - тренинг [«Переговоры под давлением»](http://www.classs.ru/trainings/leader/pressure/), который учит вести переговоры в условиях, когда другая сторона оказывает на вас давление, например, использует крик, угрозы, слезы, шантаж.

**На тренинге используются методики и кейсы профессора Мориса Швайцера,  ведущего переговорный курс MBA в Wharton School of Business и в Гарвардской бизнес школе.**

**Тайм-менеджмент**

|  |  |
| --- | --- |
| Тайм-менеджмент | «Время – деньги», – сформулировал Бенджамен Франклин в конце 18 века. Сегодня дело обстоит уже по-другому: время становится существенно дороже денег. Потерянные деньги вернуть можно, потерянное время – нет. Время, в отличие от денег, нельзя накопить, это невосполнимый ресурс. Как научиться управлять своим временем? |

Тайм-менеджментом рано или поздно интересуются все деловые люди, но большинство останавливаются: «Это не для меня! Сложно, хлопотно, требует дополнительных усилий, не могу себя организовать». Правильно, и здесь вы освоите другой тайм-менеджмент, подходящий для славянского менталитета. Не надо воевать с собой, есть другие возможности соединить эффективность работы и радость жизни. Хороший тайм-менеджмент — умный помощник, он занимает не более 20 минут и дарит каждый день дополнительные два часа. Это уже интересно.

**Цели курса:**

1) Life-management: прояснение своих жизненных целей и задач, расстановка жизненных приоритетов.

2) Time-management: эффективная организация личного и рабочего времени.

3) Self-motivation: знание приемов эффективной самомотивации, умение мотивировать себя для достижения поставленных целей.

**В программе:**

**1. Life-management: цели жизни**

Главные ценности моей жизни: методика определения.  
Знание жизненных стратегий, их плюсов, минусов и особенностей. Выбор приоритетной жизненной стратегии.  
Стратегический взгляд на построение своей жизни: система Франклина.  
Туда ли я живу? Контрольные точки просмотра: итоги сегодня, итоги рабочего пути, итоги жизни в целом.  
Расширение горизонта возможного: «Кто сказал, что великий человек — не я?».

**2. Time-management: эффективная организация личного и рабочего времени**

Правила эффективного учета времени: «Ради чего? Знать свои цели», «Фрагментирование дня: осваивайте день по частям», «Не торопитесь планировать. Изучайте свое время!», «Напоминалки», «15 минутные этапы», «Упражнение «ХОРОШО!», «К Делам добавьте Радость и Энергию».

**3. Анализ используемого времени**

Как я живу сегодня: «Картография моей жизни», «Колесо жизни», «Метафора, как я живу».  
Базовая модель анализа использования времени: Дела, Сервис, Времяпоглотители.  
Продвинутая модель анализа: Текучка, Заработок, Вклад, Прорыв, Сервис, Развлечения, Пустота.

**4. Планирование времени и личная самоорганизация**

Грамотная постановка целей: конкретность задачи, видение путей достижения, сроки, контроль.  
Память будущего. Запоминаем не для того, чтобы вспоминать прошедшее, а чтобы делать нужное вовремя.  
Умение выстроить пути достижения цели: «Блоки успеха», «Как съесть слона», «Организуй специалистов».  
Развитие личной ответственности и нацеленность на результат. Коррекция учета времени под приоритетные задачи года.  
Расстановка задач по приоритетам: принцип Парето и матрица Эйзенхауэра.  
Организация среды: что делать, чтобы люди и обстоятельства вам помогали.   
Как отдыхать, чтобы лучше работать.  
Как организовывать свою работу, чтобы работать — хотелось!

**5. Построение эффективного дня**

Просыпание: ритуал «Бодрое утро».  
Начало рабочего дня: метод «Альпы».  
Контрольные точки дня.  
По дороге с работы: метод «Пять пальцев».  
Завершая день: «Итоги».  
Перед самым сном: «Метафора дня» и «Программирование утра».

**6. Сотрудничество и позитивный взгляд на жизнь**

Умение подключать людей к своим целям, делая их союзниками и сотрудниками.  
Как помнить свои успехи и превращать свои неудачи в шаги будущего роста.  
Привычка жить, используя весь свой рабочий и личностный потенциал.

**7. Self-motivation: как зарядить себя на работу**

Хочу хотеть больше! Методики раскрутки самомотивации.  
Позитив. Конфетка (упаковка результата или процесса), Легкое начало, Позитивный опыт, Внешняя поддержка.  
Негатив. Вызов («Слабо?»), Стимул (очевидные неприятности), Объявить об успехах, Внешний контроль.  
Организация: Ввязаться в бой, Цейтнот (высокая нагрузка), Самопрограммирование, Учить другого.  
Копилка своих побед и позитивного опыта.

**Тренинг продаж: для тех, кто хочет продавать дороже, больше и чаще**

На современном рынке господствует клиент. Он выбирает поставщиков и диктует условия поставок. Перед поставщиком стоит сложная проблема построения устойчивых отношений с клиентом в этих условиях. В этих условиях резко усиливается роль менеджера отдела продаж компании-поставщика. Именно от его умения стать партнёром клиента зависит успех компании. Поднятию профессионализма продавца в процессе продаж и посвящён этот курс.

Активное продвижение своего товара на рынок – это настоящее современного российского бизнеса и единственный способ успешной борьбы с конкурентами. В момент активного развития рынка перед руководством встает проблема набора персонала.

Место, где можно взять большое количество квалифицированных торговых представителей, в природе не существует.

**Обычно эту проблему решают двумя способами:**

* Набирают людей с улицы и ждут, когда какая-нибудь часть из них станет классными продавцами. В этот период отдача от всего подразделения очень низкая и руководство вынуждено тратить усилия на людей, которые не способны быть продавцами вообще.
* Второй вариант – часть опытных сотрудников нагружают обязанностями наставников по отношению к новичкам. К этим обязанностям они не готовы и не приспособлены, но время затрачивают. Как результат - снижается уровень продаж всего торгового отдела в целом.

Именно для решения проблемы быстрого увеличения количества и повышения качества продавцов и создан этот тренинг. Тренинг предлагает экспресс - методику подготовки квалифицированных торговых представителей. Особое внимание будет уделено построению процесса продаж на основе конкурентных преимуществ именно Вашей компании.

**Через 16 часов Вы сможете:**

* Объяснить, чем Ваша компания лучше по сравнению с компанией конкурентов
* Эффективно использовать телефон в переговорах
* Легко устанавливать контакт с клиентом
* Выяснять и формировать его потребности
* Проводить продающую презентацию товара
* Работать с возражениями, особенно – с возражением "ДОРОГО"
* Переводить потребителя на покупку, активно влияя на его процесс принятия решения

**В дополнение к этому:**

* Возрастет уровень самооценки
* Будут сформулированы рекомендации для дальнейшего профессионального роста

**Методика проведения:**

Тренинг построен на сочетании эффективных мини-лекций с использованием видеопрезентации и самостоятельной работы участников. В ходе практикумов используется видеокамера. По результатам практикумов участники получают оценку и рекомендации по улучшению методики своей работы от ведущего и от других участников.

**Содержание тренинга**

1. Критерии выбора продавца

* Как выбирают продавца на современном рынке: 5- 7 групп и 60-70 критериев
* Использование конкурентных преимуществ в процессе продаж

2. Подготовка к процессу продаж

* Процесс продаж и поведение клиента
* Роль продавца в современной компании
* Типы продавцов
* Чек-лист менеджера продаж

3. Ваш клиент

* Портрет типичного покупателя
* Основные достоинства и недостатки нашего клиента
* Базовые принципы клиенториентированного подхода
* Как эффективно относится к клиенту

4. Эффективное знакомство

* Основное содержание: как за 5 секунд получить право на 40 минут переговоров
* Сложные вопросы, возникающие на этапе знакомства
* Как от знакомства перейти к раскрывающим вопросам
* Практикум: знакомство
* Работа в группах
* Упражнение: знакомство с клиентом
* Обсуждение и оценка

5. Раскрывающие вопросы

* Основное содержание этапа: как за минуту четко представить потребности клиента
* Основные сложности, возникающие на этом этапе
* Как от вопросов перейти к презентации
* Практикум: вопросы
* Работа в группах
* Упражнение: раскрывающие вопросы
* Обсуждение и оценка

6. Продающая презентация товара

* Основное содержание: как продавать клиенту выгоды от использования товара
* Основные сложности, возникающие на этом этапе
* Когда можно считать презентацию законченной
* Практикум: презентация
* Работа в группах
* Упражнение: продающая презентация
* Обсуждение и оценка

7. Преодоление возражений

* Причины возникновения возражений
* Основные типы возражений
* Базовая схема преодоления возражений
* Практикум: возражения
* Работа в группах
* Упражнение: преодоление возражений
* Обсуждение и оценка

8. Работа с аргументом "ДОРОГО"!

* Борьба с боязнью денег
* Принципы преподнесения цены
* 5 способов обосновать цену
* Практикум: доказательство стоимости – работа в группах

9. Перевод на сделку

* Основное содержание: как добиться от клиента конкретных действий
* Основные сложности, возникающие на этом этапе
* Что делать, если клиент отказался от сделки
* Практикум: сделка
* Работа в группах
* Упражнение: перевод на сделку
* Обсуждение и оценка

**Искусство выступать, влиять и вдохновлять**

**(Ораторское искусство)**

Искусство выступать в любой ситуации для любой аудитории, достигая поставленных целей. Соединение актёрских (ведущий – театральный актёр и режиссёр) и современных психологических техник и методов. Умение быть интересным, убедительным и выразительным.

Отработка и освоение приёмов успешного выступления и общения с публикой на практике. Выступление как действенный способ влиять на людей и производить изменения в них.

**В программе:**

* Настрой на выступление.
* Устранение страхов и неуверенности.
* Вызов состояния вдохновения и успеха и пребывание в нём во время выступления.
* Эмоциональное и волевое воздействие на публику.
* Образы как инструмент влияния.
* Личные истории и их эффективное использование.
* Композиция и построение эффективного выступления.
* Различные типы выступлений, их цели и приёмы воздействия.
* Влияние: эмоции, логика, воля.
* Создание убедительных и действенных выступлений.
* Выступление как искусная продажа и мастерское вовлечение.
* Приёмы повышения эффективности выступлений.
* Способы достижения намеченных целей через выступление и влияние на публику.
* Моделирование эмоционального состояния зрителя (слушателя) и владение вниманием публики. Способы ведения диалога с залом, и нейтрализация помех и "провокаций".
* Умение получать удовольствие от выступления и вызывать удовольствие публики.
* Как выделиться и запомниться на фоне других ораторов.

**Дополнительно:**

* упражнения по развитию голоса, корректировке дикции и умению управлять своими голосовыми данными,
* отработка умения работать в разных залах, использовать технические приёмы и средства (микрофон, свет, пространство).

**Кадры решают все**

**(Или кадровая политика компании)**

У руководителя любого уровня прибавилось головной боли.

Придётся сократить штат, а, может быть, и нанять более дешёвую рабочую силу взамен ваших сотрудников. Новые люди придут без опыта… Что же делать с уникальными незаменимыми работниками? Где взять свободное время и средства, чтобы по-новому организовать рабочий процесс?

Мы готовы показать Вам, что найти нужных людей – не так трудно и что качество их работы не слишком связано с уровнем зарплат.

**На двухдневном семинаре мы научим:**

- Как сразу отобрать лояльных и способных;

- Как быстро вводить в должность;

- Как наладить сотрудничество и заставить их контролировать друг друга. Как сделать их довольными тем, что есть и не давать расслабляться.

- Как уволить любого работника в любой момент без ущерба для компании и быстро заменить его другим без потери качества.

Этот тренинг принесёт неоценимую пользу всем, кому в ближайшее время придётся так или иначе решать кадровые вопросы, а значит, практически каждому из Вас. Каждому кто хочет сэкономить деньги и время, которые так необходимые для решения стратегических задач.

**Особенности семинара:**

Весь материал опирается на собственный непосредственный опыт ведущего, опыт его многочисленных коллег, партнеров по бизнесу, клиентов, рекомендации первых и непосредственных руководителей.

Мы не пересказываем учебники, не вдаемся в психологию, не рассказываем «про запад», не учим жить и не читаем мораль. Весь материал подается и обсуждается в режиме «как это происходит на самом деле».

**Программа:**

**1. Типичные ошибки при отборе сотрудников.**

* Главное правило отбора,
* Кого ни при каких условиях нельзя брать на работу,
* Как быстро определить, с кем вы столкнулись.

**2. Технология двойного отбора.**

* Как определить критерии для отбора сотрудника,
* Как правильно составить процедуру отбора по критериям,
* Приемы объединения и сокращения процедур,
* Особенности проведения индивидуального и массового отбора,
* Особенности неявной оценки по критериям.

**3. Должностные инструкции: требования к применению.**

* Рабочий процесс: откуда берутся должностные инструкции,
* Правила прописи должностных инструкций,
* Согласование должностных инструкций,
* Внедрение должностных инструкций,
* Особенности контроля.

**4. Обучение сотрудников.**

* Когда имеет смысл (и когда не имеет) обучать сотрудников,
* Варианты обучения: преимущества и недостатки,
* Что такое корпоративный тренинг на самом деле,
* Когда тренинг полезен, а когда вреден,
* Технология выстраивания полезной тренинговой программы,
* Правила организации корпоративного обучения.

**5. Прикладная последовательность выстраивания корпоративной культуры.**

* Преимущества использования корпоративного мифа,
* Принципиальные особенности организаций, использующих корпоративный миф,
* Единая структура воздействия,
* Правила игры и сбор информации,
* Административные и материальные методы поощрения и наказания,
* Разработка корпоративного мифа и работа подразделения внутреннего PR организации.

**6. Особенности отбора менеджеров среднего и высокого уровня.**

* Дополнительные критерии для отбора менеджеров,
* Тонкости управления средним менеджментом,
* Обеспечение лояльности.

**7. Системная организация кадровой службы.**

* Циклическая взаимосвязь элементов организации кадровой службы,
* Необходимость комплексных усилий,
* Самоподдерживающийся характер отлаженной системы.

**8. Заключение. Что лучше, чем люди.**

* Люди, должности, функциональные единицы и обеспечение рабочего процесса,
* Сходство и различие сотрудников и оборудования,
* Плюсы и минусы человеческого и технологического в работе,
* Инициатива, ответственность и лояльность

# Как сохранить клиента в кризис

## Техники противостояния потери клиента

Основная задача, которая стоит перед менеджерами по продажам в период кризиса, особенно в компаниях, ориентированных на продажу сервиса, абонентской платы и других долгосрочных форм взаимодействия с клиентом, – удержание клиента в прежнем статусе, желательно с прежним объемом продаж.

Не секрет, что многие компании стали снижать стоимость своих услуг. Увы, этого не достаточно. Необходимы специальные переговорные стратегии, новые аргументы и логические цепочки для того, чтобы клиент принял решение оставить именно ВАС в списке своих поставщиков.

## Что Вы получите в результате:

* Мотивация на активную работу по удержанию клиента
* Приобретение навыков:
  + проведения переговоров с вышестоящим клиентом
  + профилактики отъема Ваших клиентов конкурентом
  + восстановления потерянного клиента
  + профилактика долгов
* Корректировка внутренних установок для работы с лояльностью клиента
* Обмен профессиональными подходами и технологиями

## Содержание тренинга

## Технология работы с ДИРЕКТОРОМ

* Психологические аспекты подготовки к переговорам с превосходящим по статусу, возрасту и положению клиентом
* Логика построения аргументации в таких переговорах
* Золотые правила работы с директором
* Алгоритм проведения переговоров

Практикум: деловая игра «Переговоры с директором»

## Технология противостояния захвату собственных клиентов

* Диагностика угрозы
* Аргументы демонстрации продолжения сотрудничества
* Работа со скрытыми страхами клиента
* Алгоритм проведения переговоров

Практикум: деловая игра «Профилактическая беседа»

## Технология работы с долгами

* Логика формирования финансовой дисциплины
* Эффективное поведение на разных этапах переговоров по долгам
* Специфика долговых переговоров
* Алгоритм проведения переговоров

Практикум: деловая игра «Переговоры по долгам»

## Технология восстановления клиента

* Анализ истории отношений и причин их разрыва
* Принципы восстановления прежнего клиента
* Алгоритм восстановления прежнего клиента

Практикум: деловая игра «Переговоры с бывшим клиентом»

# Малозатратный маркетинг в условиях финансового кризиса - как привлечь клиента за меньшие деньги?

АВТОРСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПРОЕКТА ADCONSULT СПЕЦИАЛЬНО РАЗРАБОТАНА ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПАДА.

Задача тренинга — минимизировать затраты на рекламу, обучив ключевых специалистов инновационным методам малобюджетого маркетинга.

После семинара участники смогут эффективно разрабатывать, планировать и реализовывать малозатратные рекламные кампании, которые будут продавать БОЛЬШЕ за МЕНЬШИЕ деньги на рекламу и маркетинг.

### Почему семинар НЕОБХОДИМ СЕЙЧАС?

* спад на финансовом рынке порождает необходимость пересмотра маркетинговых бюджетов в сторону уменьшения расходов — соответственно, потребуются НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ продвижения своих товаров и услуг.
* малопредсказуемая экономическая ситуация сокращает горизонты возможностей для бизнес-планирования — соответственно, маркетинговые инструменты должны быть БОЛЕЕ ГИБКИМИ и оперативными.
* при этом, успешная компания не может позволить себе спад в продажах, так как затоваривание складов или сокращение объемов производства в условиях кризиса несет в себе еще больше угроз, чем в благоприятное время, — соответственно, компании необходимо ПРОДАВАТЬ БОЛЬШЕ при МЕНЬШИХ ЗАТРАТАХ.
* кризис — это всегда пик возможностей для перераспределения долей рынка от «медленных» игроков в пользу более «быстрых»; соответственно, с обученным и умеющим хорошо продавать персоналом будет легче увеличить свое присутствие на рынке.

### Кому выгоден и полезен семинар?

* владельцам и топ-менеджерам бизнеса
* маркетологам, менеджерам по рекламе и брэнд-менеджерам
* руководителям отделов продаж и ведущим продавцам
* всем сотрудникам компаний, принимающим решение о рекламных и маркетинговых стратегиях и инструментах

### Какой результат? Что получается на выходе?

Вы получите:

* конкретные малозатратные инструменты продвижения товаров и услуг своей компании
* новые методы BTL-коммуникации
* точное понимание всех особенностей и «подводных камней» малобюджетных технологий
* ключевые принципы, которыми следует руководствоваться в принятии решений о выделении маркетинговых бюджетов
* знания о том, как компания может реально экономить на рекламной активности, не теряя, при этом, в качестве отношений с клиентами

После семинара вы сможете:

* сделать свой маркетинг более эффективным
* разрабатывать, планировать и реализовывать эффективные малобюджетные рекламные кампании и подходы
* оценивать эффективность собственных рекламных коммуникаций и маркетинговой активности конкурентов
* самостоятельно разрабатывать собственные уникальные инструменты и методы рекламы тех товаров и услуг, на которых специализируется их компания

### Как это происходит? Какая форма работы?

16 часов технологий и практик работы в сфере маркетинга и рекламы. Для эффективного обучения используются различные тренинговые методы:

* семинарские и тренинговые модули
* минилекции и дискуссии
* индивидуальные и групповые упражнения
* имитационные игры и демонстрации
* разбор кейсов российских компаний

### Как структурирована программа? Что будет происходить час за часом?

**Раздел 1. Оценка собственной маркетинговой политики в новых условиях**

* Расчет «цены сделки» и «цены клиента» для своего бизнеса
* Анализ эффективности маркетинга и внедрение индексов и индикаторов для оценки результатов работы
* Формирование требований к маркетинговым инструментам в условиях кризиса.
* Анализ существующих ограничений и рисков для рекламы сегодня

**Раздел 2. Принципы сокращения расходов / повышения эффективности маркетинга**

* Как разрабатывается современная маркетинговая стратегия?
* Четыре ключевых вопроса маркетинговой коммуникации.
* Подготовка к собственной коммуникативной кампании.
* Как выбрать стратегию в зависимости от занимаемой доли на рынке?
* Адресные и массовые инструменты. Как наиболее точно попасть в целевую аудиторию?
* Как преодолевать потребительский «рекламный радар» и сделать так, чтобы клиент не воспринимал рекламу в штыки?
* Принципы доверительного маркетинга и камуфлирования рекламных сообщений.
* Как экономить средства в современных маркетинговых коммуникациях?

**Раздел 3. Целостное и вдумчивое планирование рекламной кампании — как не потратить деньги зря?**

* Принципы выбора рекламоносителя: преимущества и недостатки медийных и немедийных носителей. Как различные носители участвуют в решении различных маркетинговых задач, стоящих перед компанией.
* Как распределить и посчитать бюджет рекламной кампании?
* Пошаговая технология разработки собственной рекламной кампании: что важно учесть заранее, чтобы не попасть впросак?
* Построение отношений с рекламными агентствами. Как отстаивать свои интересы в переговорах с рекламистами? Что требовать от рекламных агентств, чтобы минимизировать риски рекламных инвестиций.

**Раздел 4. Эффективные инструменты малозатратного маркетинга — что нужно делать?**

* Позиционирование как источник клиентского потока. Сегментация целевой аудитории на отдельные коммуникативные группы и формирование для каждой из них уникального мессаджа. Принципы и алгоритмы нахождения новых групп клиентов.
* Разработка «месторождений» клиентов. Как определить «места скопления» потребителей, сформулировать общие темы, формирующие сообщество, с целью маркетингового воздействия на сообщество в целом.
* Техники «выуживания» клиентов, алгоритмы выбора уникальных предложений, выхватывающих клиентов требуемой целевой аудитории из общей массы.
* Медийные BTL-технологии и PR-инструменты в маркетинге: как сочетать BTL-техники с классической медийной рекламой?
* Немедийные BTL-технологии (рассылки, листовки, direct mail, sales promotion, event-marketing, работа с базами данных и так далее): обзор, преимущества и недостатки каждого из каналов коммуникации
* Рассчет эффективности BTL-техник: как посчитать затраты, количество контактов и реальный «выхлоп» BTL-инструментов?

### Бесплатный бонус

Все участники тренингов получают право на бесплатные оперативные онлайн-консультации с тренерами в течение года.

**Маркетинг услуг. Как успешно продавать неосязаемое?**

*Семинар о том, как преодолеть недоверие клиентов в продаже услуг; о том, как точно и подробно передать клиенту образ его выгод от услуги; о том, как, выстраивая коммуникацию через силу бренда, превратить неосязаемость из недостатка в преимущество; о том как увеличить прибыль с помощью лояльных клиентов, готовых к партнерским отношениям и еще о многом другом.*

**Кому выгоден и полезен семинар?**

Семинар адресован владельцам, топ-менеджерам, маркетологам, менеджерам по рекламе, бренд-менеджерам и руководителям отделов продаж услуговых бизнесов разных специализаций: интеллектуальных и трудовых услуг, сервисных и бытовых услуг, премиальных услуг, частных и корпоративных услуг, розничных и B2B-услуг и т.д.

* Владельцы и топ-менеджеры услуговых бизнесов получат общее видение принципов продвижения своей компании, определят для себя ключевые принципы в принятии решений о выделении маркетинговых бюджетов для своего типа бизнеса.
* Маркетологи, менеджеры по рекламе и брэнд-менеджеры уточнят собственную маркетинговую стратегию и получат точные инструменты продвижения услуг компании в сознании клиентов.
* Продавцы компании приобретут на семинаре четкие технологии собственной работы с клиентами, увидят последствия разных стилей коммуникации с клиентом, научатся объяснять выгоды и преимущества своих услуг, несмотря на отсутствие у них «физической основы», их неосязаемости.

**Какой результат? Что получается на выходе?**

В результате тренинга участники обнаружат новые способы и стратегии продвижения и продажи услуг потребителям компании. В ходе работы участники определят точки роста существующей маркетинговой политики, увидят возможности для экономии маркетинговых инвестиций, научатся наиболее оптимально выстраивать коммуникацию с клиентами.

Полученные участником на семинаре знания, умения и навыки ложатся в основу формирования индивидуального профессионального стиля каждого специалиста.

**Как это происходит? Какая форма работы?**

* семинарские и тренинговые модули,
* мини-лекции и дискуссии,
* индивидуальные и групповые упражнения,
* имитационные игры и демонстрации,
* разбор кейсов российских компаний.

**Как структурирована программа? Что будет происходить час за часом?**

Программа тренинга фокусируется на основных особенностях маркетиноговой политики компании, специализирующейся в оказании и продаже услуг. Особое внимание в программе уделяется роли продавца и неочевидным инструментам коммуникации с клиентами — письмам и объявлениям, коммерческим предложениям и структуре речи продавца и т.д.

**Раздел 1. Ключевые стратегии маркетинга в сфере услуг**

* Общие принципы разработки и реализации соврменной маркетинговой стратегии: четыре ключевых вопроса маркетинговой коммуникации
* От продажи «знаний об услуге» к продаже «ощущения услуги»
* Стимулирование сбыта в условиях возрастающей конкуренции и эмоциональная прибавочная стоимость
* Анализ текущих маркетинговых задач услуговой компании и выбор наиболее актуальных задач в соответствии с настоящим этапом развития бизнеса

**Раздел 2. Работа с клиентами в услуговом бизнесе**

* Что покупают клиенты? «Решение проблемы» как универсальная услуга
* Мотивы, желания и потребности клиентов — как завоевать доверие покупателей?
* Чего хотят клиенты? Ключевые факторы выбора услуг
* Как искать клиентов? 6 техник «выуживания» клиентов
* Продажи как оправдание ожиданий клиента: как управлять этими ожиданиями?
* Кто такой продавец услуг? Основные квалификационные требования к сотрудникам, вступающим в непосредственный контакт с клиентом

**Раздел 3. Особенности разработки уникального торгового предложения**

* Факты, преимущества и выгоды услуги – что из этого интересно клиенту?
* Каких гарантий и доказательств хочет клиент и как ему их предоставить?
* Проблема недоверия и сомнения в качестве при продаже услуг
* Экспертность продавца как основа прибавочной стоимости услуги
* Коммуникация с потребителем через силу бренда компании

**Раздел 4. Поиск оптимальных каналов коммуникации для услугового бизнеса**

* Как передать «ощущения» от услуг через каналы коммуникации?
* Как составлять рекламные сообщения и как проверять рекламных дизайнеров?
* Чем общаемся с клиентами? Очевидные и неочевидные каналы коммуникации
* Алгоритмы выбора рекламоносителя, ATL и BTL-технологии и медиапланирование
* Как распределить и посчитать бюджет рекламной кампании?

**Раздел 5. Построение сильного бренда услуговой компании**

* Выбор ключевых фундаментальных логических основ бренда компании
* Позиционирование бренда компании в конкурентной среде компании
* Бренд как система обещаний: как давать и как сдержать эти обещания?

**Раздел 6. Построение длительных отношений с клиентами и управление лояльностью**

* Различные программы лояльности: их сочетания и оценка эффективности
* Повышение средней суммы чека через работу с базой данных лояльных клиентов
* Лояльные потребители как бесплатный рекламоноситель: как создать и успешно управлять «паствой» поклонников компании?
* Основные профессиональные требования к сотрудникам отдела по работе с постоянными клиентами

**Управленческий учет**

*Тренинг является продолжением тренинга* [*«Финансы и учет для руководителей»*](http://www.classs.ru/trainings/leader/finances/) *и посвящен тому, как создать в компании максимально эффективную  систему управленческого учета.*

**Кому адресован тренинг?**

Тренинг предназначен, в первую очередь, для собственников и руководителей компаний. Именно данную категорию участников, несущих бремя ответственности за успешность бизнеса в целом, мы считаем максимально заинтересованной в эффективно работающей системе управленческого учета.

На тренинге собственники и руководители не только ознакомятся с ключевыми понятиями и методами управленческого учета, но и приобретут навыки их практического использования, а также смогут «примерить» инструменты управленческого учета к деятельности своих компаний.

Впрочем, тренинг будет полезен не только владельцам и первым лицам компаний. Руководители и сотрудники  снабженческих,  производственных, сбытовых, инженерно-технических и других служб через «призму» управленческого учета смогут по-новому взглянуть, как на организацию управления внутри своих подразделений, так и на организацию взаимодействия  с другими подразделениями.

**Что мы считаем основными результатами тренинга?**

Об управленческом учете говорят довольно много, но при этом не всегда понятно – что это такое и как этим пользоваться. Поэтому первой задачей тренинга мы считаем ликвидацию «тумана», витающего над данным понятием.

Другой, не менее важной задачей тренинга мы считаем перевод управленческого учета из разряда «высшей математики» в категорию вполне «земных» и доступных для применения управленческих инструментов.

В-третьих, мы хотим, чтобы по прошествии тренинга участники смогли на равных общаться со своими более «продвинутыми» коллегами – «экономистами» и «финансистами».

И, наконец, в-четвертых, полученные участниками знания и навыки должны найти свое продолжение в тех изменениях, которые они будут проводить в своих компаниях.

**Какова структура и содержание программы?**

Тема управленческого учета – поистине безгранична. Рассматривать и обсуждать ее можно столько, сколько времени для этого будет отведено. Поскольку рамки тренинга ограничены двумя рабочими днями, в нашу программу включены те разделы и вопросы управленческого учета, которые являются максимально «ликвидными», т.е. будут максимально полезными и востребованными с точки зрения их практического применения.

Программой тренинга предусмотрено рассмотрение следующих основных тем и вопросов:

**Раздел 1.** Управленческий учет – кому он нужен и чем он управляет?

* Что такое «управленческий учет», и способен ли он облегчить жизнь руководителей?
* Чем управленческий учет отличается от традиционного бухгалтерского (финансового) учета?
* Основные объекты управленческого учета, и какие решения в отношении данных объектов необходимо принимать?
* Затраты и расходы – синонимы?

**Раздел 2**. Планирование – абсолютная реальность или полная мистика?

* Планирование стратегическое, тактическое, оперативное: задачи и особенности
* Чем планы отличаются от бюджетов?
* Как подготовить «План продаж» и как на его основе сформировать «План производства»?
* Как определить потребность в ресурсах, необходимых для реализации «Плана производства»?
* Как от планирования действий перейти к планированию финансового результата этих действий?
* Как формируются ключевые финансовые планы – «План движения денежных средств» и «План доходов и расходов»?

**Раздел 3.** Об учете в управленческом учете

* Как сделать учет в достаточной степени подробным и оперативным?
* Как должен быть организован учет доходов и расходов?
* Как учет помогает контролировать исполнение планов и бюджетов?

**Раздел 4.** Калькулирование себестоимости – просто или сложно?

* Может ли себестоимость быть точной?
* Как использовать данные о себестоимости для принятия управленческих решений?

**Раздел 5.** Внутренняя управленческая отчетность

* Управленческая отчетность – кому она нужна, и какой она должна быть?
* Какие показатели должны присутствовать в отчетности?

**Раздел 6.** Как обеспечить управленческому учету в компании «долгую и счастливую жизнь»?

* Какой управленческий учет нужен Вам?
* На кого в компании «повесить» управленческий учет?
* Нужна ли автоматизация управленческого учета?
* Зачем нужны внутрифирменные стандарты управленческого учета?

**Харизма руководителя**

|  |  |
| --- | --- |
| [[Харизма руководителя](javascript:%20openImage('http://www.classs.ru/inc/images/0707/0707112148290.jpg',%20'Харизма%20руководителя',%20130,%20132))](javascript:%20openImage('http://www.classs.ru/inc/images/0707/0707112148290.jpg',%20'Харизма%20руководителя',%20130,%20132)) | Люди делятся на тех, кто ведет и кого ведут. К кому относитесь Вы? Насколько сильно Ваше влияние на окружающих? Насколько Вы обладаете тем, что называется "ХАРИЗМА"? Возможно ли управление благодаря одному своему присутствию? Как повысить свой статус среди других людей? Насколько сильна Ваша личность? Какова технология удержания власти? На чем основана магия харизматических личностей? Почему одним подчиняются, а другим нет? |

**Цели тренинга «Харизма руководителя»:** развитие лидерского потенциала, повышение уверенности в себе, формирование имиджа харизматического лидера, повышение эффективности управления и воздействия.

**Содержание тренинга:**

Тренинг посвящен тому, что должен знать, уметь и чем обладать настоящий неформальный лидер или формальный руководитель.

* Технология лидерства
* Харизма лидера: мифы и реальность
* Личностная Харизма и ее составляющие
* Методы повышения Харизмы и влиятельности
* Секреты Формулы Власти
* 7 составляющих мастерства эффективных лидеров
* Как повысить свой лидерский потенциал?
* Имидж и магнетизм лидера
* Умеете ли вы брать и удерживать власть?
* Психология лидерства и управления людьми
* Приемы эффективного управления и воздействия
* Развитие лидерских качеств
* Управление агрессией. Секреты Терминатора
* Методы психологической защиты и нападения
* Мягкие и жесткие переговоры
* Психологическая устойчивость, умение "держать удар"
* Манипулятивные способы влияния и защиты

**Эксперт речевого воздействия**

Умеешь говорить ― управляешь людьми.

Управляешь ― получаешь, что хочешь.

Умелая речь имеет секреты. Научиться можно.

Язык подвешен ― повезет.

Язык ― главная мышца в наши дни.

* Как незаметно «подбросить» мысль, идею.
* Как одними словами подтолкнуть человека сделать то, что Вы хотите.
* Как изменить его решение.
* Как грамотно составить внушение.
* Как использовать Единую Структуру Воздействия.
* Как распознать моменты речевого воздействия и уклоняться от них.

БОЛЬШИНСТВО ЛЮДЕЙ НЕ РАЗДЕЛЯЮТ СЛОВО И ФАКТЫ, СКАЗАННОЕ И РЕАЛЬНОЕ. ОНИ ПРИНИМАЮТ ВОЗМОЖНОЕ ЗА ДОСТОВЕРНОЕ И РАСПЛАЧИВАЮТСЯ ЗА ВЫМЫСЕЛ РЕАЛЬНЫМИ ДЕНЬГАМИ. УЧАСТНИКИ СЕМИНАРА НАУЧАТСЯ РАСПОЗНАВАТЬ ТАКИЕ СИТУАЦИИ И ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ИМИ.

**Результаты обучения:**

* Вы будете управлять людьми и ситуацией
* Вы будете распознавать манипуляции и защищаться от них
* Вас будет трудно одурачить
* отделять факты от мнений, домыслов и «объяснений»
* находить и пользоваться ловушками аргументации
* распознавать и применять приемы псевдологики
* говорить много и «ни о чем»
* создавать словесные реальности
* наводить разговорный транс
* формировать внушения
* свободно поддерживать разговор

**В программе:**

1. Приемы достоверности. Иллюзия понимания.
2. Единая Структура Воздействия.
3. Приемы косвенного внушения.
4. Приемы обращения с оценкой и смыслом.
5. Приемы наведения разговорного транса.
6. Приемы вызывания забывчивости.
7. Отложенное воздействие.

# Как хорошему врачу преуспеть в любимом деле (бизнес-тренинг)

Расскажите знакомым врачам.

В делах получаешь не то, чего заслуживаешь, а то, о чём договариваешься.

Бывает ли эффективное поведение врача? Бывает. Помните историю про то, как проходил обход в одной из московских клиник? Одной из пациенток сам Боткин рекомендует назначить бром. Ординатор говорит: «Но, Сергей Петрович, мы этой пациентке назначали бром, он ей не помог!». Профессор отвечает: «Ваш бром не помог, а мой бром поможет». Стоит ли напоминать о благоприятном  исходе для этой пациентки на фоне монотерапии бромом? Навыки эффективного поведения великих врачей можно и нужно осваивать.

## Тренинг будет о том:

 Как говорить с пациентами так, чтобы назначаемые Вами лекарства работали эффективнее и больные выздоравливали быстрее.

 Как делать назначения так, чтобы они всегда выполнялись полностью.

 Как врачу не забыть про себя и корректно объяснить пациентам (и/или их родственникам), что «ничто так не укрепляет веру в людей, как предоплата».

 Как подарить пациентам ощущение их ещё большего выигрыша (или, доктор, обещай меньше, чем можешь, делай больше, чем обещал).

## Тренинг будет полезен:

 Врачам, которые хотят больше и лучше помогать пациентам и при этом планируют зарабатывать больше денег.

 Клиническим ординаторам, врачам-аспирантам, интернам, которые думают: остаться ли в медицине, или нет.

 Врачам, которые не работают по специальности, но размышляют о возвращении в медицину (медицинские представители, менеджеры, предприниматели и др.).

 Врачам, которые хотят подарить обоснованное душевное спокойствие своим пациентам и их родственникам.

**Развитие ресурсов руководителя**

Тренинг рассчитан на  руководителей всех уровней, HR-менеджеров, руководителей кадровых служб.

Данный тренинг проводится по лицензионному методу Структограмма и Триограмма с применением лицензионного инструментария и технических средств . Каждый участник этого уникального тренинга получает лицензионную книгу на русском языке, изданную в Швейцарии, с ключами к собственной Структограмме личности « Структограмма. Ключ к самопознанию».

***Люди не похожи друг на друга.***

***Даже когда они делают одно и то же,***

***На самом деле они делают это по-разному!***

Почему одни руководители гораздо успешнее других? Люди на самом деле непохожи друг на друга и нет такого типа людей, которые рождены для успеха. Ведь успешные люди – каждый по-своему - идут к своему успеху своим путем. Успех в руководстве зависит от того, насколько полно и гармонично человек реализует свой индивидуальный личностный потенциал. Чтобы развить свой личностный потенциал, необходимо достаточно хорошо разобраться в себе, понять свои сильные и слабые стороны как руководителя. Успешные и высокоэффективные люди всегда и во всем ведут себя естественно. Они применяют средства и методы, которые «соответствуют» их личности.

Метод STRUCTOGRAM® – это самый известный в мире метод объективной оценки индивидуальной структуры личности, который позволит Вам управлять своими способностями и задатками, находить индивидуальный подход к людям и достигать успеха в управлении персоналом за счет раскрытия собственного  потенциала.

С помощью методов Структограммы ( познание себя)  и Триограммы( познание других людей)  Вы  сможете  выстроить свое поведение в бизнесе аутентично своей уникальной структуры  личности. Научитесь проводить анализ личности своих подчиненных, коллег, выработаете свои принципы отбора сотрудников в команду.  Повысите  уровень собственного влияния в компании, усилите  свой  авторитет. Тренинг позволит раскрыть неиспользуемый лидерский потенциал и определиться в зонах его применения.  Все это вместе приведет к впечатляющим успехам в руководстве!

Многие тренинги обучают "правильному поведению". Данный тренинг предлагает Вам оставаться  самими собой. Но только зная по-настоящему самого себя, вы сможете принять и освоить именно те навыки, которые приведут к успеху и именно таким образом, который годится только для Вас!

**Благодаря участию в тренинге, Вы сможете:**

* объективно оценить структуру собственной личности, выявить слабые и сильные стороны, определить черты характера и особенности, практически не подвергающиеся изменениям
* понять, как добиться результатов в бизнесе, управляя в полном соответствии со структурой собственной личности.
* раскрыть скрытый, мало используемый лидерский потенциал и повысить качество коммуникаций и управления.
* получить ключ к познанию других людей
* учитывать индивидуальные особенности личности  подчиненных и коллег
* эффективно управлять персоналом на основе знания собственного руководящего потенциала
* использовать типологии при формировании команды сотрудников
* практически отработать полученные знания
* получить лицензионную книгу из Швейцарии ( данная книга продается только на тренингах у лицензированных тренеров и в центре Структограммы в России.) Сейчас стоимость книг входит в стоимость тренинга!

**Успешные холодные звонки**

**или                                                 
Как открыть дверь клиента**

Реалии современного бизнеса все чаще требуют от продавцов, операторов и консультантов самых разных отраслей блестящего и успешного ведения переговоров именно по телефону. Особая роль отдана активным продажам с помощью «холодных» звонков, чья основная задача – получить согласие клиента на встречу

Эта ситуация обуславливает необходимость формирования у сотрудников особых навыков убедительной речи и эффективных телефонных коммуникаций. Чему и посвящен данный тренинг.

В процессе тренинга участники разберут основные аспекты  первичных телефонных переговоров и потренируются строить свое телефонное общение наиболее результативно. Кроме того, будут разобраны наиболее сложные и неприятные ситуации, возникающие в процессе вербального общения.

**Через 2 дня результатами для  участников станет освоение таких тем как:**

* Базовые принципы работы по телефону – что нужно знать о телефоне обязательно и не нарушать никогда
* Подготовка к телефонным переговорам – техники повышения работоспособности и стрессоустойчивости оператора на телефоне
* Работа с голосом, речью и интонацией – приемы повышения выразительности телефонного сообщения и подстройки под клиента
* Разрешенные и запрещенные слова – формирование позитивного впечатления о говорящем и предмете разговора
* Главное телефонное сообщение – работа с метапосланием
* Этапы телефонных переговоров - логика развития телефонной беседы и приемы управления беседой
* Проход барьера секретаря
* Вступление в беседу – сложные моменты
* Разговор с клиентом конкурента – как заставить себя слушать
* Обмен информацией – техники активного слушания
* Назначение встречи и получение подтверждения договоренностей
* Преодоление типичных возражений
* Навыки формирования у клиентов лояльности компании – лучший способ завершить беседу
* Анализ телефонного контакта и последующая  эффективная работа с полученной информацией

Каждый этап сопровождается практикумом по его отработке. Тренинг построен на сочетании эффективных мини-лекций с использованием видео – аудио -презентации и самостоятельной работы участников. В ходе практикумов используется видеокамера и аудиозапись. По результатам практикумов участники получают оценку и рекомендации по улучшению методики своей работы от ведущего и от других участников. Кроме того, тренинг сопровождается интерактивными играми, позволяющими поддерживать высокий эмоциональный заряд весь период обучения. А деловые игры воспроизводят реальную ситуацию взаимодействия  участника с клиентом и предупреждают возможные ошибки в поведении, а также закрепляют полученную на тренинге модель успеха.

**Тренинг тренеров: технология ведения группы**

**Тренинг будет полезен:** практикующим корпоративным и независимым тренерам, ведущим учебных групп, преподавателям, лекторам, а также тем, кто стремится освоить эту профессию или профессионально развиваться в этом направлении.

**Цель тренинга**: развить у участников умения и навыки проведения тренинговых занятий, расширить поведенческий репертуар участников и повысить эффективность их деятельности.

Если ваша работа или её часть заключается том, чтобы создавать и проводить тренинги, данная программа поможет вам усовершенствовать подачу материала, облегчить установление контакта с участниками и добиться успеха в проведении тренинга. Курс познакомит вас с важнейшими теоретическими аспектами и принципами построения и ведения тренингов, научит разрабатывать собственные программы, даст активную практику ведения групп.

Тренинг состоит из трех блоков.

**Блок 1. Управление групповыми процессами**

Блок посвящен основным теориям и принципам работы с группой, изучению законов групповой динамики, основных правил и методов работы с сопротивлениями. Мы изучаем такие темы, как повышение мотивации в группе, разбираем особо сложные ситуации на группе и пути выхода из них. На выходе из первого блока вы получите системные знания о законах функционирования группы, приобретете богатый практический опыт работы с группой, понимание групповых процессов и методов работы с ними.

**Основные темы блока**

* Цели и задачи тренера, роли тренера.
* Технология вхождения в группу. Ожидания и работа с ними.
* Различные типы разогревов.
* Этапы и закономерности групповой динамики.
* Работа с сопротивлением в группе: способы утилизации антилидеров («сложных участников»).

Длительность блока — 2 полных дня (суббота и воскресенье).

**Блок 2. Технология создания тренинга**

Блок посвящен основным правилам разработки и проведения упражнений, изучению законов и ключевых принципов построения эффективного тренинга. На выходе из второго блока участники смогут самостоятельно разработать программу собственного тренинга по выбранной тематике, опробовать отдельные фрагменты тренинга и получить обратную связь. Участники получат набор готовых упражнений и игр, а также научатся создавать и адаптировать их самостоятельно.

**Основные темы блока**

* Различные типы игр и упражнений.
* Модификация упражнений под задачи тренинга.
* Разработка и проведение собственных упражнений.
* Способы передачи навыка группе.
* Составление программы и сценария тренинга.
* Этапы разработки тренинга.

Длительность блока — 2 полных дня (суббота и воскресенье). Прохождение блока возможно только после прохождения первого блока.

**Блок 3. Личность тренера. Проведение тренинга**

На этом блоке много внимания уделяется личности тренера, в частности, таким его качествам, как яркость, интересность, чувство юмора. Второй день данного блока представляет из себя защиту проектов — аттестационное проведение тренингов участниками. Система аттестации включает в себя большое количество подробной обратной связи.

На выходе из третьего модуля каждый из участников существенно повысит свой тренерский уровень, а также сможет поучаствовать в самостоятельном проведении собственного тренинга.

**Основные темы блока**

* Личность тренера, компетенции тренера.
* Отработка разнообразных тренерских ролей.
* Необходимые качества эффективного тренера.
* «Изюминки» тренинга: как сделать тренинг ярким и интересным.
* Постановка индивидуальных задач дальнейшего профессионального развития.

Каждый участник получает в подарок все материалы по тренингам других участников с их согласия, что обогащает репертуарный ряд и понимание возможностей расширения своей собственной деятельности.

Длительность блока — 2 полных дня (суббота и воскресенье). Прохождение блока возможно только после прохождения первого и второго блока.

По итогам прохождения тренинга участники получают сертификаты.

**В чем особенности данного тренинга**

* Программа тренинга вобрала в себя многолетний опыт тренеров и психологов Учебного Центра «Синтон», успешно работающего на рынке тренингов более 20 лет. Таким образом, обучение проводится на основе реальных, «прожитых» примеров из тренинговой жизни.
* Основной автор и ведущая тренинга — руководитель Учебного Центра «Синтон» и генеральный директор компании «[Бизнес Класс](http://www.classs.ru/)», более 3-х лет активно занимающаяся подготовкой профессиональных личностных и бизнес-тренеров.