

100 СОВЕТОВ ОТ ПРОДЮСЕРА

ОРГАНИЗАЦИЯ ТРЕНИНГОВ

ВЕРА ЗЕМСКОВА

при поддержке Романа Масленникова



Вера Земскова

**100 советов от продюсера.
Организация тренингов**

«Издательские решения»

Земскова В.

100 советов от продюсера. Организация тренингов /
В. Земскова — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-960807-9

В книге «100 советов. Организация тренингов» в экспресс-режиме собран весь десятилетний опыт по организации тренингов. Ошибки, правила, советы, схемы — много информации, проверенной годами и «граблями». В книге также даны материалы для работы. Книга будет полезна как начинающим организаторам, так и опытным продюсерам.

ISBN 978-5-44-960807-9

© Земскова В.
© Издательские решения

Содержание

Предисловие	6
10 советов по планированию тренинга	7
10 советов по упаковке тренинга	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

100 советов от продюсера. Организация тренингов

Вера Земскова

Корректор Александра Мишнёва

Фотограф Вера Терентьева

Редактор Масленников Роман

© Вера Земскова, 2019

© Вера Терентьева, фотографии, 2019

ISBN 978-5-4496-0807-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие

Невероятное стечение обстоятельств принесло в мою жизнь Веру Земскову 4 года назад. На тот момент я два года занималась организацией тренингов в Израиле и странах СНГ. И это было если не плохо, то не очень хорошо. Предыдущий опыт продюсирования бизнес-проектов мало помог мне при вхождении в тренинговую сферу. Опыт набирался личными ошибками, которые стоили времени, усилий и денег, затраченных на их исправление.

И спросить было некого, найти материал в удобоваримой и доступной форме, с конкретным алгоритмом действий, было нереально, его просто не было.

Знакомые мне организаторы не стремились делиться своим опытом, часто в силу того, что у них самих не было какого-то четко выверенного алгоритма действий.

Думаю это было следствием того, что рынок сформировался слишком быстро и на коленке, в организацию тренингов попадали из совершенно разных профессий, и каждый старался, как мог. И я вместе с ними. Пока не появилась Вера и не дала мне схему и полное понимание того, как работает тренинговый бизнес. Только после многократного применения ее рекомендаций я смогла стать организатором-профессионалом. А после того, как мною в 2015-ом был привезен ее тренинг в Израиль, у нас появились десятки достойных профессионалов.

В чем же секрет того, что дает Вера?

Доступность, простота изложения, простые логические связи, алгоритмичность, пошаговость, многократная проверенность рекомендаций в полевых условиях.

И главное, краткость.

Если бы кто-то решил описать все возможные нюансы организации тренингов и мероприятий, то это скорее всего была бы книга на тысячу страниц. И вполне может быть, я бы ее купила. И даже может быть прочла первые десять, а потом искала бы кому ее отдать или забыла бы на дальней пыльной полке.

С книгой же Веры подобного не произойдет. Здесь есть все для того, чтобы приступить к организации тренингов и мероприятий сразу, и сделать это достаточно хорошо. А спустя время, и безупречно.

Ирина Герасимова, продюсерка, Израиль.

Основательница социального стартапа «Wings Project».

10 советов по планированию тренинга

Планирование – это фундамент события. Формат, риски и бюджет – основное, с чего я начинаю как менеджер

1. Планируйте тренинг заранее. Например, традиционный двухдневный тренинг от момента запуска продаж до старта планируется за полтора месяца. Выездной тренинг планируется в среднем за полгода, мастер-класс за две недели, а конференция – за полтора года.

2. Выберите заранее день проведения тренинга. Традиционно двухдневный тренинг проводится в субботу-воскресенье, а однодневный тренинг – в воскресенье. Для мастер-классов, в порядке убывания приоритета, дни – четверг, вторник, среда, понедельник, пятница.

3. Определите длительность тренинга и режим работы. Дневной полноценный тренинг проводится, как правило, с 10:00 до 18:00. Мастер-класс же проводится в будний день, начиная с 19 часов, чтобы участники успели попасть на него с учебы или работы. Запланируйте перерыв, если Ваше мероприятие будет длиться более 3 часов.

4. Запланируйте бюджет мероприятия. Посчитайте все предполагаемые доходы и расходы, и выведите коэффициент, при котором у Вас получается нулевая прибыль. Этот коэффициент будет равен минимальному количеству человек. Это называется «билетная программа», потому что фактически мы продаем билеты на тренинг. Пример билетной программы вы найдете в конце раздела.

5. Стремитесь повысить коэффициент соотношения доходов и расходов. В идеале у вас он должен составить 60% от наполняемости группы.

6. Привлеките дополнительных помощников и специалистов: волонтеров, команду, копирайтеров, тех, кто будет делать сайты. Поговорите со всеми заранее и пропишите гонорары в бюджет. Определите роли и ответственность всех участников процесса.

7. Выберите формат: онлайн или оффлайн, семинар или лекция, тренинг или мастер-класс. Четко определите, что именно вы продаете. Лекция похожа на урок. Тренинг – это групповая работа с отработкой навыков. В мастер-классе показываются реальные кейсы и там могут быть элементы практики, но мастер-класс достаточно короткий, проходит 2—3 часа. Семинар – это практически то же самое, что и лекция. Курс – это уже комбинированный формат, серия лекций, тренингов, мастер-классов. Чаще всего с домашними заданиями. Также есть интенсив (плотная работа, когда большой объем данных отрабатывается за короткий срок) и марафон (работа каждый день в небольших объемах, часто самостоятельная).

8. Определите правильно цену. Она может иметь 3 параметра: быть фиксированной, динамичной (в зависимости от времени регистрации на тренинг, для ранних пташек дешевле) и пакетной, когда, в зависимости от цены, может изменяться состав бонусов в предложении. Например, формат слушателя – 1000 рублей, участие в группе сокурсников – 2000 рублей, а с обратной связью и помощью – 5000 рублей.

9. Запланируйте ход рекламной компании. Напомню, что начало старта продаж тренинга – это 1.5 месяца до дня проведения, а до мастер-класса – 2 недели. Этому есть чет-

кое объяснение, с логикой поведения продаж. В целом, речь идет о достаточном времени для того, чтобы человек принял решение и купил тренинг. Больше 1,5 месяцев обычно планируют выступление каких-то известных личностей, выездных интенсивов, конференций (от 6 месяцев до 1,5 лет).

10. Определите, что вы хотите получить в результате тренинга. Например, будет ли это в дальнейшем вход в длительную программу, и что вы будете делать с клиентами, которые останутся после тренинга. Вы передаёте их специалистам своей школы, или они идут на следующий уровень тренинга. Планируя обучение ваших клиентов, подумайте заранее о том, как будет строиться их дальнейшее движение внутри вашей компании. Для этого существует «линейка продуктов». Сформулируйте осязаемую цель вашего бизнес-события. Кроме очевидной – «научить» – должен быть сформулирован четкий цифровой эквивалент. Например, «из 100 человек 50 записались на курс N».

Бюджет проекта		Билеты на тренинг	
1. Зарплата Продюсера	40 000,00 Р	Стоимость	15 000,00 Р
2. Зарплата связи	25 000,00 Р	Первый ряд	0 Р
3. Прогноз % успеха	10 000,00 Р	Итого	15 000,00 Р
4. Прогноз % успеха	35 000,00 Р		
5. Прогноз % успеха	87 750,00 Р		
6. Прогноз % успеха			
7. Прогноз % успеха			
8. Прогноз % успеха			
9. Прогноз % успеха			
10. Прогноз % успеха			
11. Прогноз % успеха			
12. Прогноз % успеха			
13. Прогноз % успеха			
14. Прогноз % успеха			
15. Прогноз % успеха			
16. Прогноз % успеха			
17. Прогноз % успеха			
18. Прогноз % успеха			
19. Прогноз % успеха			
20. Прогноз % успеха			
21. Прогноз % успеха			
22. Прогноз % успеха			
23. Прогноз % успеха			
24. Прогноз % успеха			
25. Прогноз % успеха			
26. Прогноз % успеха			
27. Прогноз % успеха			
28. Прогноз % успеха			
29. Прогноз % успеха			
30. Прогноз % успеха			
Итого % расход	245 700,00 Р		
Итого общий расход	48 000,00 Р		

Пример билетной программы

10 советов по упаковке тренинга

Упаковка тренинга – это описание того, что именно вы будете продавать. Это по сути создание вида товара, лейбл, то, как видят это другие.

1. Определите описание тренинга, оно должно быть кратким, лёгким, отражающим суть. Не нужно делать каких-то общих фраз, типа «Тренинг личностного роста» или, например, «Женский тренинг» – это самое плохое, что можно придумать. Чем более ярким и понятным он будет, тем лучше. Примеры хорошей упаковки: Спарта (тренинг для мужчин), Секта (тренинг по похудению). Да вы и сами наверняка знаете такие емкие и понятные названия.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.