

# Коучинг как бизнес. Как зарабатывать в коучинге от 300 тысяч рублей в месяц.

## Оглавление

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>5</b>
<b>ОСНОВЫ КОУЧИНГА</b>	<b>7</b>
<b>ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ КОУЧИНГА</b>	<b>12</b>
ПРАВИЛА	12
ОСНОВЫ КОУЧИНГА	17
КАК РАБОТАТЬ С КЛИЕНТОМ	19
ФОРМАТ КОУЧИНГА	21
ПРАВИЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ	23
ИСТОРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ КОУЧИНГА	25
ГРУППОВЫЕ КОНСУЛЬТАЦИИ	26
ЖИВЫЕ ГРУППЫ	27
ЛИЧНЫЙ КОУЧИНГ	29
БИЗНЕС-КОУЧИНГ И LIFE-КОУЧИНГ	31
ПРОБЛЕМЫ НАЧИНАЮЩИХ КОУЧЕЙ	32
НУЖНЫ ЛИ СЕРТИФИКАТЫ	34
ТИПИЧНЫЕ КОНФЛИКТЫ И ПРОБЛЕМЫ	36
НАДО ЛИ «ПИНАТЬ» КЛИЕНТОВ?	39
НЕСКОЛЬКО НЮАНСОВ	40
РЕЗУЛЬТАТЫ КЛИЕНТОВ	41
ВЫ И ВАШИ КОНКУРЕНТЫ	43
<b>КОУЧИНГ И ДЕНЬГИ</b>	<b>44</b>
ЧТО ПОКУПАЮТ ВАШИ КЛИЕНТЫ?	44
ГДЕ ДЕНЬГИ?	46
КАК ВЫЗЫВАТЬ ЖЕЛАНИЕ КУПИТЬ	48
<b>ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ КОУЧИНГА</b>	<b>51</b>
<b>1. КОУЧИНГ ОДИН НА ОДИН</b>	<b>52</b>
СТРУКТУРА	52
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ	52
ВАШ ЛИЧНЫЙ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ	55
<b>2. ИНТЕРНЕТ-КОУЧИНГ</b>	<b>56</b>
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ	56
ТЕЛЕКОУЧИНГ	57
<b>3. НАВЫКОВЫЙ КОУЧИНГ</b>	<b>60</b>
<b>4. КОУЧИНГ ДО РЕЗУЛЬТАТА</b>	<b>62</b>

Клиенты коучинга до результата	64
Плюсы и минусы коучинга до результата	65
<b>5. МИНИ-ГРУППЫ</b>	<b>69</b>
Для чего нужен коучинг	71
Нишевые мини-группы	72
Плюсы и минусы	73
<b>6. МАСТЕР-ГРУППЫ</b>	<b>74</b>
Формат	75
Плюсы и минусы	76
<b>7. КОУЧИНГ ПЛЮС</b>	<b>77</b>
<b>8. КЛОНИРОВАНИЕ</b>	<b>80</b>
Плюсы и минусы	81
Запись продукта совместно с клиентами	83
<b>9. ГИБРИДНЫЙ КОУЧИНГ</b>	<b>84</b>
<b>10. ПАРТНЕРСТВО</b>	<b>86</b>
<b>ПИАР</b>	<b>87</b>
Несколько приемов пиара	87
Свежий взгляд новичка	88
Пиар мастер-группы	89
Пиар с отталкиванием	90
Где пиарить коучинг?	91
<b>ПРОДАЖИ</b>	<b>92</b>
Когда продается коучинг	92
Три пакета коучинга	93
Увеличение прибыли	94
Возражения клиентов	95
Избыток информации	97
Продажа коучинга для сотрудников	98
Примеры успешного коучинга	99
Бесплатный коучинг	100
<b>ЗАПУСК КОУЧИНГА</b>	<b>102</b>
С чего начать	102
Предварительная анкета	104
Ценообразование	105
Часовая оплата	106
Самый главный способ продажи коучинга	107
Продающий самостоятельный экспресс-аудит	109
Ваши первые шаги	110
Подводные камни	111

ВАША ПЕРВАЯ НИША	112
50 ПЕРВЫХ СЕССИЙ	113
ПОДАРОЧНЫЙ СЕРТИФИКАТ	114
<b><u>УСИЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ</u></b>	<b>115</b>
МОДЕЛЬ КОУЧИНГА ДЛЯ БИЗНЕСА	115
ИДЕЯ ДЛЯ МАСТЕР-ГРУППЫ	116
ОДИН КЛИЕНТ В ДЕНЬ	117
КАК СДЕЛАТЬ ПРОДАЮЩЕЕ ПИСЬМО О ВАШЕМ КОУЧИНГЕ ЭФФЕКТИВНЕЕ	118
ТЕРМИНЫ	119
ЧЕТЫРЕ ТИПА ЛИЧНОСТИ	120
БОНУСЫ	122
ПРОБЛЕМА ВЫСОКОГО ЦЕННИКА	124
<b><u>ДАЛЬНЕЙШИЙ ВЗЛЕТ</u></b>	<b>125</b>
СТРАТЕГИЯ ПРОДАЖ	125
ПРОДАЮЩАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ	125
ПРИМЕРЫ ОПЦИЙ	127
МОДЕЛЬ ПРОДАЖИ СО СЦЕНЫ	128
МОТИВАЦИЯ НА ЖИВЫХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ	129
ЗНАЧЕНИЕ АНТУРАЖА	131
ПРОДАЖА СЕРИИ ПРОДУКТОВ	133
ВАША ЛЕГЕНДА	134
ПАРТНЕРСКИЕ СОГЛАШЕНИЯ	135
КУПИТЬ ВСЕ	136
45-ДНЕВНЫЙ ВЫЗОВ	137
<b><u>МОДЕЛИРОВАНИЕ УСПЕШНОГО КОУЧИНГА</u></b>	<b>139</b>
ПЕРЕНОС МОДЕЛЕЙ ИЗ ДРУГИХ ОБЛАСТЕЙ	139
ТЕХНИЧЕСКИЙ ЧИТ-КОД	140
ЭНТОНИ РОББИНС	140
ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЙ КОУЧИНГ	142
ОТСЛЕЖИВАНИЕ КЛИЕНТОВ	142
ФРАНШИЗА	142
КОУЧИНГ В МЕДИЦИНСКОЙ НИШЕ	144
КОУЧИНГ В СФЕРЕ НЕТРАДИЦИОННОЙ МЕДИЦИНЫ	145
КОУЧИНГ ДЛЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ СЕРВИСОВ	145
BOOST BUSINESS RESULTS	146
Е-МУТН	147
PHYSICIAN LEADERSHIP	148
КОУЧИНГ ДЛЯ КОУЧЕЙ	148
ДЖЕЙ АБРАХАМ	149
ДЭН КЕННЕДИ	150
<b><u>ОРГАНИЗАЦИЯ И МОНЕТИЗАЦИЯ МАСТЕР-ГРУПП</u></b>	<b>152</b>
ДВИЖУХА И МОНЕТИЗАЦИЯ	152
ПАРАДОКС РЕЗУЛЬТАТОВ	153

ОРГАНИЗАЦИЯ МАСТЕР-ГРУППЫ	154
ДВА РЫНКА	156
МОНЕТИЗАЦИЯ МАСТЕР-ГРУППЫ	158
ИНФОРМАЦИЯ В МАСТЕР-ГРУППЕ	160
ЧТО ВНУТРИ?	162
ПЕРИОДИЧЕСКИЕ ВСТРЕЧИ	165
РЕШЕНИЕ ДЕЛАТЬ ИЛИ НЕ ДЕЛАТЬ	166
ЧТО МОЖНО ВКЛЮЧИТЬ В МАСТЕР-КЛУБ	167
НЮАНСЫ МАСТЕР-ГРУПП	170
<b><u>ПРОДАЖИ КОУЧИНГА ДО РЕЗУЛЬТАТА</u></b>	<b><u>172</u></b>
ОПИСАНИЕ РЕЗУЛЬТАТА	172
ПРИМЕРЫ РЕЗУЛЬТАТОВ	173
ТРИ КЕЙСА	175
ЕСЛИ НЕТ РЕЗУЛЬТАТА	177
ПРОДАЮЩИЙ ТЕКСТ К КОУЧИНГУ – ПОДРОБНЫЙ ПЛАН	178
<b><u>ИНТЕРВЬЮ С ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ КЛИЕНТОМ – ПОДРОБНЫЙ ПЛАН</u></b>	<b><u>182</u></b>
«Горячие точки» продаж	185
<b><u>КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ ОТ 10 000\$ ЕЖЕМЕСЯЧНО</u></b>	<b><u>187</u></b>
<b><u>КОУЧ ДЛЯ КОУЧА</u></b>	<b><u>188</u></b>
<b><u>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</u></b>	<b><u>189</u></b>
<b><u>СПЕЦИАЛЬНЫЙ ПОДАРОК ДЛЯ НАШИХ ЧИТАТЕЛЕЙ – БЕСПЛАТНЫЙ</u></b>	
<b><u>ВИДЕОКУРС МІНІМВА: ПРОДАЖИ</u></b>	<b><u>190</u></b>
<b><u>ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ СЕКРЕТНЫЙ ПОДАРОК!</u></b>	<b><u>191</u></b>

## Введение

Модное слово «коучинг» у всех на слуху. Однако в него сейчас вкладываются совершенно разные смыслы. Одни сводят коучинг к психотерапии или прокачке навыков, другие ассоциируют с консалтингом в сфере b2b или работой один на один...

Путаница в терминологии сопровождается еще большим непониманием, как на самом деле продавать коучинг и делать в этом бизнесе хорошие деньги.

Цель этой книги – помочь вам разобраться, что же такое коучинг на самом деле (а не так, как его преподают сертифицирующие центры) и как на нем зарабатывать. Мы поговорим о различных моделях коучинга, способах нахождения клиентов и взаимодействия с ними, пиара и, конечно же, увеличения прибыли.

Особое внимание мы уделили теме запуска своего коучинга с нуля. В коучинге, как и во многих других областях, новички сталкиваются с многочисленными трудностями. Среди них – отсутствие опыта, денег и статуса эксперта, неуверенность в себе и незнание, с чего начать. Эти и другие проблемы не смогут помешать тем, у кого есть четкий план запуска и монетизации коучинга.

Если вы уже не новичок, вам все равно будет очень полезно изучить все главы, чтобы увидеть массу возможностей, где скрыта куча дополнительных денег. Кроме того, обратитесь к разделам «Усиление результатов» и «Дальнейший взлет». В них собраны приемы раскрутки и развития вашего бизнеса, которым не учат ни в одной отечественной школе коучинга.

Обязательно познакомьтесь с разбором примеров коучинга и консалтинга в различных индустриях. Автосалоны, традиционная и нетрадиционная медицина, ораторское искусство, рассылка открыток и даже коучинг для коучей – в каждой из этих ниш есть свои особые приемы, которые вы можете успешно моделировать.

И прежде чем вы приступите к изучению этой книги, мы вынуждены предупредить вас. Будьте осторожны: коучинг чертовски затягивает! Начав, сложно остановиться – проверено на себе.

*С уважением,*

*Андрей Парабеллум (<http://infobusiness2.ru>)*

*Николай Мрочковский (<http://ultrasales.ru>)*

**P.S. Очень важно!** Читая книгу СРАЗУ ПРИМЕНЯЙТЕ то, что вы узнаете в своем коучинговом бизнесе. Иначе вы лишь впустую загрузите свой мозг очередной порцией информации.

**P.P.S.** Настоятельно рекомендуем читать эту книгу вместе с «Инфобизнес. Как зарабатывать на продаже информации»

# Основы коучинга

Коучинг – это одно из трех важнейших направлений в инфобизнесе. Без личной работы с клиентами, то есть без того, чтобы взять людей за руку и вести вперед, вы не достигаете двух целей:

## **1. Финансы**

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

Люди постоянно ищут строгого, но справедливого «родителя» и зачастую готовы платить большие деньги, чтобы кто-то помог им быстро и сильно вырасти в какой-то из областей.

## **2. Внедрение**

Большая проблема с книгами, инфопродуктами и семинарами в том, что никто ничего не внедряет (в лучшем случае 1% из полученных знаний). А тех, кто все-таки внедряет – очень мало, к тому же им нужна обратная связь, дополнительные пояснения, что и как делать.

В коучинге вы можете достаточно быстро добиться от своих учеников конкретных результатов. Потому что будете их контролировать, пинать и т.д.

Именно поэтому в треугольнике инфобизнеса коучинг занимает одну из вершин как важное направление, которое вам необходимо понимать и внедрять.

Что же вообще входит в треугольник инфобизнеса?

- Первая вершина - инфопродукты: отчуждаемые книги, аудио, тренинги и т.д.
- Вторая вершина – живое обучение: очные выступления, вебинары, обучение групп и т.д.
- Третья вершина – коучинг и консалтинг.

Что мы подразумеваем под словом «коучинг»?

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

Коучинг – очередной формат обучения и выдачи информации. 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 применить.

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 и сопутствующий сервис (про который мы поговорим позже) и 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, замечать сильные идеи друг у друга, что очень хорошо.

Принцип группового тестирования ваших технологий также весьма полезен для вас, потому что то, что может сделать 1 человек, ни в какие подметки не годится тому, что может оттестировать группа в 20 или даже в 500 человек.

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 своей мастер-группе бесплатно. И у клиентов есть возможность задать вопросы, получить обратную связь по их движению вперед, что очень важно. Конечно, в дальнейшем вам эту техподдержку нужно будет продлять за деньги, что в свою очередь является еще одним источником дохода.

### ***Дружба за деньги***

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

Мы, например, не берем в коучинг людей, которые нам откровенно неприятны или которые не резонируют, то есть берем только тех, с кем мы бы дружили просто так, по-человечески.



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

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

### ***Партнерство***

Коучинг – это создание возможностей для партнерства. Многие из тех, кого вы видите сегодня партнерами у нас, выросли из коучинга.

Люди в коучинге между собой начинают активно партнериться с людьми своего класса, что тоже очень важно.

Вы становитесь транслятором: собираете обратную связь от людей (что работает, а что не работает и почему), концентрируете это и даете остальным.

### ***Информация в тренингах и в коучинге***

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 книгу «Выжми из бизнеса все! 200 способов повысить продажи и прибыль», то обнаружите там две сотни практических советов. Мы их собрали, и протестировали.

Но сделали это не только самостоятельно – мы не в состоянии протестировать сразу 200 приемов на наших бизнесах. Мы протестировали это в группе, на большом количестве наших клиентов. И вот уже это сборное и концентрированное знание выдали в книге.

Кто-то нас спрашивал: «А зачем вы взяли и выдали все в книге? Ведь ваши тренинги, семинары и коучинг стали сразу же не нужны!».

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 сразу принесет наибольший результат – все это уже только в коучинге.

### ***Коучинг как бизнес***

Сам по себе коучинг – это отдельный бизнес, т.е. вы должны считать все его ключевые показатели отдельно. Обычно коучинг – это дополнение к инфобизнесу, к семинарам и тренингам, но при этом – это одна из самых прибыльных частей бизнеса. Она нередко приносит доход больший, чем все инфопродукты и тренинги вместе взятые.

Какой бы инфобизнес вы не строили, независимо от ниши – либо добавляйте коучинг к вашему инфобизнесу, либо начинаете сразу с коучинга.

### ***Почему стоит начинать сразу с коучинга?***

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

Понятно, что коучинг с самого начала сам продаваться не будет, его вам нужно будет активно продвигать, и вам нужно будет быстро найти несколько способов приведения потенциальных клиентов, но, тем не менее, вы можете вполне начать с коучинга.

### ***Цели нашей книги***

Итак, каковы ваши цели при работе с этой книгой? Если у вас уже есть коучинг, значит - сделать его лучше. Но самое главное, вам предстоит ответить на вопрос: как вы можете добавить еще один уровень коучинга в то, что у вас уже есть?

Потому что успешный коучинг всегда многоуровневый, когда у вас есть дорогие уровни, где вы работаете очень плотно и один на один. Это должно стоить не запредельно дорого, но очень дорого.

Например, если мы серьезно вкладываемся в человека в индивидуальной работе – за это мы хотим очень серьезную сумму денег. Фактически, мы выступаем наставниками у этого человека, и результата добиваемся вместе - это условно партнерская модель.

Если же мы говорим про коучинг, где 2 встречи или 2 звонка в месяц, то сейчас у нас это порядка 100-150 тысяч рублей в месяц. Есть и коучинг на миллион, когда клиенты работают за первый миллион, который они нам отдадут полностью и т.д.

У нас есть мастер-группа и мастер-группа плюс – это тоже вариант коучинга. Есть еще несколько вариантов коучинга, которые мы не светим, 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, то как вам начать свой инфобизнес с коучинга?

Здесь есть один минус – требуется очень высокий уровень экспертности, когда вы уже востребованы рынком, когда к вам уже приходят и просят совета. Скорее всего, 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 большинство книг на тему коучинга читать совершенно бесполезно. Особенно на русском языке. Конечно, есть на английском энное количество изданий, но они содержат в себе только одну модель коучинга.

### **Правила**

---

#### **1. Самоназначение**

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

Мы сами говорим : «Теперь я коуч». Внутри вас должно быть ощущение, что именно так и должно быть, иначе будут серьезные проблемы с продажей вашей экспертности. Если вам нужно, чтобы кто-то вас назначил для того, чтобы стать настоящим коучем, то с сегодняшнего дня мы вас назначаем коучем и можете заниматься коучингом.

Теперь вы официально коуч. Действуйте!

#### **2. В стране слепых и одноглазый - король**

Вам не нужно знать все лучше своих клиентов, не нужно быть лучше своих клиентов. Вам достаточно знать в важной для них области что-то больше, чем они. Уже тем, что у вас есть эта книга в руках, вы по знаниям выше большинства своих клиентов. И этого достаточно, чтобы вы начали продавать и проводить свой 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 проблем, потому что вам будет необходимо прокачивать баланс между дисциплиной и терпением.

С одной стороны, люди не будут ничего делать, будут лениться, что и так 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 разной 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 станет говорить, что: «Я же у самого Парабеллума/Мрочковского проходил коучинг, это же вообще нереально круто!»

А другой, наоборот, скажет: «Да ладно! Кому оно нужно? Я купил тренинг «в коробке», и дальше 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 отличается. Пожалуйста, не волнуйтесь, если кто-то будет говорить, что все это ерунда – для него ерунда, а для кого-то другого будет наоборот.

#### **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 уходить.

Одна из проблем большинства начинающих коучей в том, что когда они начинают продавать и вести коучинг, сначала все идет хорошо. Но уже через месяц человек пропадает, он уже не платит, за ним нужно бегать и опять ему продавать эту же программу на следующий месяц.

Причем, продать такому человеку коучинг на второй месяц будет гораздо сложнее, чем продать в первый раз. Почему? Потому что именно так это и работает. Потому что люди такие.

Есть огромное число причин, о которых мы поговорим в дальнейшем. В целом, вам надо создать среду, в которой люди не смогут выйти, или им будет очень сложно это сделать.

## ***6. Причины, по которым люди идут в коучинг***

### ***1. Результаты***

Они хотят результаты, которые уже есть у других ваших клиентов, или у вас, что тоже хорошо, с чего можно начинать. Они хотят такие же и приходят из-за этого к вам.

### ***2. Ценность того, что вы даете***

Они ценят свое время, ценят ваше время, понимают, что работая с вами, смогут получить массу экономии по времени и деньгам, 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 становится для них очень важно.

### ***4. Друзья***

Их друзья у вас в коучинге, поэтому они как бы чувствуют, что мимо них проходит жизнь и движуха. Тем более, если друг «вдруг» начал получать заметно больше и уже умудрился купить новую машину или построить дом, о котором он только еще мечтал.

### ***5. Поддержка со стороны коуча***

В коучинге мы своих клиентов сильно поднимаем: пиарим их, помогаем им развиваться, помогаем им продавать их продукты (например, мы активно рекламируем семинары и тренинги наших клиентов по нашим собственным

базам), даем им площадку, чтобы они вещали, для других наших клиентов и т.д.

В коучинге мы даем всем нашим клиентам доступ ко всем нашим ресурсам, прошлым семинарам и тренингам. Даем возможность написать совместную книгу.

На самом деле, вся информация ему не нужна. Но возможность доступа к ней важна, поэтому мы даем бонус: безлимитный доступ ко всем нашим инфопродуктам и тренингам. Беспроблемно. Безгранично.

Также даем им площадку, где они могут выступить, могут стать звездой, где они прислоняются к нашему опыту, к нашей звездности, и тоже на себя эту частичку перетягивают.

Например, каждый год в ноябре проходит Инфоконференция, где нам 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 были (или есть) у нас в коучинге.

При этом если человек был у нас в коучинге, а потом вывалился оттуда – мы его почему-то на эту конференцию не приглашаем. Мало того, что не пускаем на ней выступить, даже приглашение ему не даем. Ему приходится платить, как и всем остальным, на общих условиях.

В общем, люди не понимают, почему так несправедливо. Они не понимают главного: что мы кормим корову, которая дает молоко. Если корова перестает давать молоко, мы ее кормить перестаем. И сразу же заменяем ее на другую.

## ***7. Позиционирование***

Абсолютно все равно, какой бы тренинг я (Андрей) не вел потом – бизнес, личностный рост, даже творчество (был и такой тренинг) - 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 узнают, и этому не стоит сопротивляться.

Конечно, можно было бы пиарить еще какую-то тему как дополнение, но не вместо основной, поэтому мы продолжили двигать тему инфобизнеса как основную.

#### **8. Демократия vs Анархия**

Следующее понимание многим будет против шерсти, особенно новичкам и девушкам, женщинам. Мы понимаем, что для вас это сложно, но, тем не менее, запомните то, что мы сейчас скажем.

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....

<b>Даже немного демократии в коучинге неминуемо приведет к анархии</b>
--

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

Вы сказали – человек сделал. У него при этом может быть другое мнение, с вашим мнением он априори не будет согласен. Если бы он был согласен, то он бы уже делал так, как вы ему говорите, и у него уже были бы те результаты, к которым он так стремится.

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.



## **Основы коучинга**

---

Минимальное время на сессию коучинга - 30 минут, оптимальное – 45-60. Обычно коучинг происходит минимум раз в неделю. Если у вас уже огромное количество клиентов, и вы уже физически не можете работать раз в неделю, тогда вы переходите на многоуровневый коучинг, и открываете доступ к себе раз в месяц или даже реже.

Если вы общаетесь раз в два дня, это нужно делать в группе. Потому что если на каждого оставлять такое количество времени, подобный коучинг должен стоить очень больших денег.

Клиенту дается задание, он по нему отчитывается. Вы ему даете следующее, и он идет вперед.

Нет никаких ограничений – какие проблемы есть, с тем и работаем. Если у человека проблем не было - спрашиваем, а почему он думает, что у него нет проблем. И работаем с тем, что всплывет. Коучинг - не терапия, но ее элементы все равно в нем присутствуют.

Если вы ничего в ситуации не понимаете, используйте правила психоаналитиков и психологов. Они спрашивают в таком случае: «Что ты думаешь на эту тему? Что чувствуешь?». От этого уже идет следующее: «Почему ты так думаешь, почему так чувствуешь, и что собираешься с этим делать?». Не зная конкретной темы, этими вопросами все равно можно расшатать человека и куда-то его сдвинуть.

То, что происходит в коучинге, можно и нужно переупаковывать в инфопродукты, но из индивидуальной работы мы бы не советовали ничего выдавать, потому что там данные конфиденциальные.

### ***Источник постоянного роста***

В коучинге вы постоянно будете шлифовать свой уровень, подниматься вверх, потому что потолка здесь нет. Большинство гениальных идей и схем приходят в голову как раз на стыке разных областей.

Когда вы видите, что клиент что-то делает, вы понимаете, как это можно использовать для другого человека, и что у другого можно использовать для третьего и т.д.

### ***Учить или не учить?***

Коучинг - не обучение. Вы можете коучить даже по чужим материалам. Например, сказать так: «Вот тебе задание до пятницы: прочитай две главы в такой-то книге и сделай в своем бизнесе вот это».

При этом активно обучающих материалов вы давать не будете. Если они у вас есть, вы их можете продать как угодно в зависимости от уровня клиента. Иногда имеет смысл дать больше, чем то, на что человек рассчитывает.

Если у вас групповой коучинг, то достаточно выдавать кусочки информации, чтобы поднять у людей эмоциональный уровень. Но для самостоятельного внедрения этого будет недостаточно. Участникам станет понятно, как и что делать, но при первой же проблеме они придут обратно к вам за помощью.

Можно давать свои инфопродукты, только не все, а выборочно: «Вот тебе аудиозапись, послушай от минуты 6 до минуты 18, и вот домашнее задание на неделю. Сделаешь – приходи».

И вот ваш ученик спешно что-то готовит... Даже только из-за этого он будет идти вперед гораздо быстрее, чем если бы не делал ничего. Будут видны результаты, что нам и нужно.

Ваш коучинг должен быть частью ежедневной, еженедельной жизни клиентов. Это как в Нью-Йорке у каждого менеджера есть с собой номер телефона скорой помощи, 911, няни, лечащего врача и психоаналитика. Ваша задача - стать «психоаналитиком», чтобы неделя с вас начиналась или вами заканчивалась. Нужно встроиться в постоянное расписание вашего клиента.

## ***Как работать с клиентом***

---

К коучингу готовиться практически не нужно. Если вы уже в теме - пиарим то, что есть. Если вы сильно в теме, говорите об этом. Если вообще не в теме, это совершенно все равно. Суть в том, что готовиться к занятию долго не надо. Нужны телефон или skype, и больше ничего.

В коучинге основное правило звучит так:

### **Вам нужно говорить в два раза меньше, чем говорит ваш клиент**

Вы можете это замерять, отслеживать. На первых порах человек должен говорить больше, и это идет вразрез с основными правилами инфобизнеса.

Можно взять и по чуть-чуть сдвигать человека не к выдачи информации, а к деланию. Из-за этого вы должны говорить гораздо меньше, чем клиент. В идеале все, что происходит в коучинге, должно идти от него. А вы, когда клиент сам к чему-то приходит, одобряете, и говорите: «Именно так и делай». Или: «Подумай еще вот над этим».

### ***Первые шаги***

Если потенциальный клиент спрашивает, как вы будете с ним работать, по какой программе? Отвечайте, что коучинг сугубо индивидуальный. И для того чтобы вы разработали программу, нужно вместе пройти по целям клиента и определить, чего он хочет, как, почему, зачем и с какой скоростью.

Узнайте сначала, в какой ситуации он находится. Потом расспросите его поподробнее о его целях. И уже тогда будет можно строить какие-то планы по достижению конкретного результата.

Только делаете это не вы, а сам клиент. Вы его подводите к этому, задавая кучу вопросов, чтобы он строил планы, что он будет делать, и потом отчитывался, как он это будет делать. То есть в принципе клиент сам все делает, вы ему только задаете вопрос, и требуете ответ, вопрос-ответ и т.д.

Составьте список литературы как минимум из 20 пунктов. Этот список вы будете давать своим клиентам в коучинге и в консалтинге. Нужно это для того чтобы человек пошел, прочитал это все и понял, что ему дешевле вам заплатить сколько бы это не стоило.

Если вы занимаетесь коучингом профессионально, надо дать переизбыток информации. Список должен быть озаглавлен не «рекомендуемая» а «обязательная» литература!

## **Формат коучинга**

---

Эти вещи нельзя пропускать, их необходимо знать, обговаривать с клиентом сразу, и прописывать в документах.

### **Опции по формату**

Есть два варианта: лицом к лицу и по телефону/skype. Если лицом к лицу, это могут быть занятия в группах или один на один. Второй вариант – занятия в командах. Собираются небольшие группки по интересам – инфобизнес в одну сторону, бизнес в другую и т.д.

Абсолютно то же самое по телефону: один на один или в группах. Есть гибриды – и один на один, и в группе. То же можно делать и по skype, и через вебинары, и любым другим коммуникативным способом.

Коучинг может проходить по определенной программе. Второй вариант – это если у человека есть проблемы, он о них заявляет, вы помогаете ему найти решения, и следите за тем, чтобы он их выполнял. Это заявленные темы для обсуждений и общие дискуссии. Плюс гибридная модель, в которой есть и дискуссия, и некая программа.

### **Формат программы коучинга**

Она может быть двух видов. Первый вариант программы – turn. Вы ведете человека от нуля до какого-то результата за 3-6-12-18 месяцев. За это время вы берете, и работаете с человеком по конкретной программе. Нельзя перепрыгнуть через модули, новых людей вы не можете добавить в середине программы. Это жесткий коучинг по определенной программе.

Второй вариант – drop-in. Те же самые 12 месяцев вы разбиваете на 12 модулей, и человек может начать с любого из них. Допустим, если мы берем коучинг по продажам, то вы в один месяц можете работать над входящим потоком, потом над конверсией, потом над веб-сайтами, потом с существующей базой данных, потом с распродажами и т.д.

Любой человек может, в принципе, в любой из этих 12 модулей вписаться и продолжать работать дальше. Свои 12 модулей он может отработать в произвольной программе. Это, естественно, делает программу коучинга более гибкой. И продажу его более легкой.

Следующая вариация: по поводу работы ваши клиентов по вашим моделям. Как за этим следить? Можно следить жестко и тех, кто не работает, «увольнять». Можно следить гибко: кто хочет – делает, кто не хочет – не делает. Или вообще не следить. Вы выдаете свою информацию, а дальше что с ней делают – вам может быть совершенно все равно.

### ***Живые встречи с клиентами***

Теперь по поводу того, как происходит физическая встреча лицом к лицу. Первый вариант: вы едете туда, где находятся клиенты. Если в основном они в Москве, то вы едете в Москву.

Второй вариант: люди едут к вам. Если вы находитесь где-нибудь в Челябинске или Уфе, то те, кому очень нужен именно ваш коучинг надо, приезжают в ваш город.

Третий вариант – локальные группы. В городах собираются группы, тысяч вместе, и вы периодически к ним наезжаете.

Есть еще и выездные мероприятия, когда вы берете всех за шкуру и вместе едете куда-нибудь, чтобы посмотреть на конкретный бизнес. Например, в Диснейленд, Лас-Вегас, Таиланд и т.д.

Ваши клиенты могут быть совершенно разнообразными или вы их группируете по определенному признаку. Можно сказать: «Я коучу только владельцев компаний, продающих окна (пример, наш клиент Андрей Меркулов развивает такой очень узкий и очень успешный нишевый инфобизнес и коучинг - <http://prodavecokon.ru>)».

Либо вы коучите по какому-то общему признаку, но не очень узкому. Например, «Я работаю только с владельцами малого бизнеса. С какими бизнесами – мне все равно, но я коуч именно такого плана».

## ***Правильные вопросы***

---

За что в коучинге платят деньги? За ваши вопросы. И не только по теме, но и за вопросы по тем вещам, которых вы не понимаете. Или делаете вид, что не понимаете, и заставляете человека простым языком все вам объяснить.

Когда он делает это, слыша себя в первый раз в жизни, обращая внимание на несоответствия, - это то, за что платят деньги.

В чем отличие коучинга от консалтинга? В консалтинге вы выдаете информацию, а в коучинге спрашиваете. Вы человека ведете, и при этом задаете вопросы. Он должен сам владеть информацией. Если ее нет, то ваш ответ не поможет. Задача - как раз вытаскивать из клиента вопросы и ответы.

### ***Покажите клиенту суровую правду***

Проблема в том, что в большинстве случаев у человека уже есть какое-то мнение. Как правило, ошибочное, либо старое, либо уже не работающее. В голове у людей одно, а в реальности может быть другое.

И ваша задача - расшатать виртуальную реальность и с помощью этого показать им настоящую. Нарушать привычный ход действий, навести беспорядок в голове клиента. Так, чтобы он дальше это разгребал, чтобы у него все сложилось в стройную систему.

Когда человек принимает решение, он спрашивает мнение у специалистов, а у вас узнает «второе мнение». Самое лучшее, что вы можете продавать, - правду. Не приукрашивать, не сообщать то, что человек хочет услышать, а говорить как есть.

Клиенты могут на вас орать, ругаться, тем не менее, в этом есть очень большая сила. Потому что за их деньги больше никто им правду говорить не станет. Вы будете единственным исключением, все остальные будут им задницу целовать.

Сначала нужно раскатать клиента и ему его же глазами показывать ситуацию по-другому, заставлять пробовать разные варианты. Сделайте так, чтобы он сам дошел до нужного вопроса.

**Когда человек с вашей помощью познает правду, и до него самого доходит, а не вы ему говорите напрямую, человек будет уверен, что это ваша заслуга**

Что это вы ему подсказали, в вашем обществе он прозревает, и без вас это совершенно не получается.

Людей нужно учить. В коучинге следует давать личностный рост, замаскированный под работу над достижением тех целей (например, в бизнесе), которые он ставит. Клиент идет и делает, у него не получается, и вы говорите: «В следующий раз попробуй приоритеты расставить».

Обычно когда люди приходят в коучинг, они уже знают, что им делать, но почему-то не делают. Благодаря работе с вами они должны начать действовать.

Если вас нет программы или теории - идем шаг за шагом. Сделал один шаг - дам следующий. Совершаешь определенные действия - получаешь искомый результат.



## **Исторические модели коучинга**

---

Коучинг - тренерская работа, когда вы можете научить человека, что-то ему показать. Исторически так сложилось, что изначально коучинг был **индивидуальной наставнической работой**. Есть мастер, он берет себе ученика, и доводит его до какого-то результата. Это модель работает, она себя неплохо зарекомендовала, но у нее есть проблемы, о которых мы поговорим в дальнейшем.

Вторая модель появилась позже - это **модель тренера**. Есть спортивная команда, с которой он занимается. Направляет, заставляет спортсменов делать упражнения. У тренера есть программа - как общая, так и для каждого члена команды в отдельности. Это модель коучинга, которая тоже живет по сей день, у нее так же есть свои плюсы и минусы.

И, наконец, третья модель, которая возникла недавно. **Групповой коучинг** - это массовый подход, но с индивидуальными ответами на вопросы.

В групповом коучинге количество участников ограничено, и каждый все равно получает персональное внимание. У тренинга есть начало и конец, есть программа. А в коучинге нет четко выраженного конца. Человек будет коучиться до тех пор, пока не скажет: «Стоп, мне хватит!».

В консалтинге вы приходите к клиенту и решаете его конкретную проблему. Коучинг в чистом виде - это когда человек вас приглашает, и вы его проводите по своей программе, по своей методике.

Коучинг на самом деле - лучший вид консалтинга, потому что вы говорите клиенту, сколько вам платить, какие вопросы задавать, то есть полностью контролируете процесс.

Если вам нужен стабильный источник доходов, то коучинг - это одна из «золотых жил», которая может никогда не иссякнуть.

## Групповые консультации

---

Вариантов группового коучинга масса. Обычная цена - от \$20 до \$400 в месяц. Лучше назначать порядка \$100-200. За \$400 новичку продавать уже будет довольно сложно.

На начальном этапе занятия ведутся раз в неделю, потом раз в месяц. Нельзя проводить коучинг в простом открытом формате. Необходимо поддерживать интерес слушателей бонусами, различными заданиями, ответами и аудио файлами каждую неделю. Отсутствие этого всего – распространенная ошибка многих мастер-групп.

Чтобы выдавать бонусы в группе, вам нужно самим развиваться. Информацию берите из библиотек или интернета. Читать необходимо минимум по 2-3 книги в неделю (это к слову совсем несложно – посмотрите отчеты наших учеников, которые в тренинге «Быстрые результаты» за 1 день прочитывали по 8-10 книг - <http://infobusiness2.ru/node/8834>). Рассказывайте о них аудитории, говоря, насколько это необходимо для гармоничного развития.

Если люди спрашивают о том, почему они должны что-либо делать, отвечайте: для того чтобы добиваться результатов. Можно рассказывать ваши истории успеха или рассказывать автобиографии известных людей или других ваших клиентов. Давайте примеры и концентрируйте внимание на определенных деталях.

Если кому-то что-то не помогло, нужно выяснить, что он делал и каким образом. Потому что вся соль в мелочах. Рассказывайте то, что интересно вам и то, что нужно клиентам.

## **Живые группы**

---

Если вы живете в одном городе и особо не путешествуете, можно формировать мастер-группы вживую. У Дэна Кеннеди, например, есть программа лицензирования Independent Business Advisor (независимый бизнес консультант), которую можно купить. Очень хорошая группа в Орландо, она собирается раз в месяц в ресторане, офисе или кафе. Это стоит \$50-100. Люди обсуждают свои проблемы, и ищут решения.

Можно проводить подобные семинары и в других городах. Чтобы привлечь клиентов, первая встреча проводится бесплатно. На ней предоставляется масса информации и новых людей.

«Платиновая» мастер-группа – это элитная группа, ограниченная количеством участников. Порядка 15-20 человек, собирающихся 2-3 раза в год за большие деньги. Можно вести параллельно несколько таких «платиновых» групп. Каждая из них будет думать о своей уникальности, и это будет приносить хорошие деньги.

Итак, есть два варианта: мастер-группа в интернете и живая.

### **Сборка инфопродуктов**

Если вы решили развивать онлайн и оффлайн группы, это хорошо, потому что из материалов, выданных в них, вы можете собирать свой инфопродукт.

Проще люди вписываются в мастер-группу, в которой есть ежемесячный план обучения по темам.

Инфопродукты делаются путем оформления в «коробку» записей конкретных тем, также сбора отдельных ответов на вопросы. Например, если присланный от вашего клиента материал хорош для подробного разбора и критики, его можно оформить в отдельный продукт.

Если при создании мастер-группы сразу никто не пришел, она все равно будет работать, если вы станете наполнять ее материалами. Люди будут понимать, что они что-то упускают, и начнут интересоваться и вписываться.

Для включения в мастер-группу не нужно ничего заполнять. Главное, чтобы у человека были желание и деньги.

Мастер-группы стоят дешевле, чем индивидуальные, потому что в них легче работать. Сюда люди привлекаются с помощью семинаров. Напрямую коучинг продается плохо. Пусть клиент проходит на вашу страницу и читает о том, что это такое.

Если вы будете нацелено продавать группы, возможно, станет продаваться и индивидуальный коучинг. Если обозначить то, что ваша персональная консультация стоит дороже групповой, это тоже будет работать хорошо. Для этого нужно четко обозначать границы индивидуальной работы и групповой.

Если вы работаете в личном коучинге, то понимаете: проблемы у всех людей однотипные. И решение так же одинаковое: вам нужно поставить четкую цель, понять правильные шаги (обязательно прочитайте статью «Концентрация на правильных шагах» - <http://4winners.ru/rightsteps>), и дальше просто работать для ее достижения.

**При начале движения человек получит больший результат, чем при попытке поиска причины, из-за которой у него ничего не получается, и из-за которой все плохо**

Вам нужно будет поддерживать человека, но деньги платят именно за результат. Если люди делают что-то неправильно, вам придется им об этом сказать. Если напротив - все получается, вы должны их похвалить. Обязательно найдите и прослушайте курс по мотивации и целям. Потом это станет заданием для ваших клиентов.

Свои навыки вы должны постоянно совершенствовать. Какие конкретные задания дать клиентам, вы можете узнать из книг. Люди думают, что приходят за информацией, но если они ничего делать не будут, то она им не нужна, и коучинг будет бесполезен.

**Клиенты идут к вам, чтобы вы заставили их что-то делать, так станьте их мотиватором, дайте им идеи.**

Если клиент уже решил свою проблему, то ценность вашего сервиса в его глазах резко падает. Когда человек начинает зарабатывать деньги, мотивация также начинает падать. А вам не выгодно, что он взлетает не сильно - нужно, чтобы результат был максимальным.

Если у потребителя нет больших денег, то пусть идет в мастер-группу и там делает все сам. Вы скажете ему, что именно делать, а вот контролировать не будете. Участник сможет прийти с вопросами, однако, вы никогда не станете подталкивать его вперед. При этом можно поощрять тех, кто движется быстро вперед. А на

остальных не обращать внимания, но они все равно придут к вам, потому что им интересно.

Штрафовать людей в личном коучинге не нужно, потому что они платят за ваше появление. А если кто-то не готов к следующему уроку, вы просто продолжаете делать то, чем занимались на предыдущей сессии. Клиент тем самым сам себя оштрафует на деньги.

И пока он что-нибудь не сделает с этой сессией, вы будете стоять на одном месте. А если ничего не будет получаться, то он должен в письменном виде написать, что отказывается от выполнения домашнего задания и хочет двигаться дальше. Дисциплина должна быть строгой.

В персональном коучинге вам нужно уметь работать с чужими страхами. Мотивация у клиентов уже есть, и если они пришли к вам, то у них есть и проблемы. Вы должны рассматривать маленькие темы. К примеру, «Как уйти с работы?» и тому подобное. Должны работать со страхами. Это привлечет людей.

Однако **не заваливаете человека информацией. Берите одну проблему и начинайте работать именно с ней.** Людям, которые приходят с множеством проблем, предложите сначала решить одну. После они сами будут решать, какую разбирать в следующий раз.

В коучинг приходят люди, которые уже участвовали в тренингах, но у них ничего не получилось. Тренинги дают только временный эффект, потом идет откат на прежний уровень. Так что вы должны четко определить проблемы, которые можете решить.

## **Бизнес-коучинг и life-коучинг**

---

Life-коучинг (достижение каких-либо личных целей) со стороны похож на «иди туда, не зная куда, принеси то, не зная что». То есть человека раскачивают, чтобы он поставил цель и сам пришел к ней. В бизнесе немного проще. Там есть проблема или задача, и вы тренируете клиента на преодоление конкретной, либо типовой трудности.

Люди приходят в бизнес и life-коучинг за разными результатами. В life-коучинг идут, когда что-то сильно не так, когда есть серьезная проблема, и человек готов платить за ее решение. Надо строить свой коучинг вокруг этого.

В бизнес-коучинге нужно разбирать именно типовые вопросы и трудности. Плюс иметь методики, помогающие клиенту самому распознать решение и реализовать его до конца.

**Одна из составляющих того, что вы обязаны давать и в life-коучинге, и в бизнес-коучинге, - личностный рост. Постановка целей, их доведение до результата, менеджмент, самодисциплина.**

Это то, что должно быть внутри каждой коучинг-программы, иначе люди будут отваливаться. Они не будут внедрять полученные знания, и из-за этого станут отпадать.

«У меня уже столько информации, а я и эту не осваиваю... Давай поставим точку, и на следующие полгода скажем “хватит”». И на этом клиенты будут отваливаться из мастер-группы или из индивидуального коучинга. Кстати, из мастер-группы уходят чаще, чем из индивидуалки, потому что во втором случае у вас есть контакт один на один.

Чтобы такого не происходило, вам нужно давать инструменты для внедрения. Целеполагание, тайм-менеджмент, план действий, когда вы говорите, что «для достижения данной цели вам нужно сделать вот эти семь шагов»... Без этого результатов не будет, и тогда люди начнут уходить из вашей программы.

## **Проблемы начинающих коучей**

---

Есть пара вещей, которые вы должны знать. Во-первых, большинство клиентов найдут классный креативный способ, как услышав то, что вы им сказали, сделать все наоборот. За время коучинга вы узнаете несколько сотен способов, как можно взять вашу информацию и ее извратить. Так, что она работать не будет. И нужно быть к этому готовым.

Есть три варианта:

- взять информацию и извратить ее;
- взять информацию и ничего не делать;
- самая распространенная ошибка - когда клиенты берут вашу информацию, и используют только ту часть, которая им нравится.

«Для того чтобы вы получили результат, нужно делать первое, второе, третье, четвертое, пятое». А клиенты делают второе и половину пятого, потому что им первое, третье и четвертое не нравится. И ждут результатов.

Люди найдут способ либо ничего не делать, либо сделать это очень криво, потому что они якобы это уже пробовали, в их бизнесе оно не работает и т.д. Вам нужно быть к такому готовым и не сильно расстраиваться по этому поводу. Это не ваша проблема, а клиентов.

Вторая трудность, которая бывает у начинающих, - многие считают: «Ну как это я буду брать с человека деньги, если ему ничего не помогает? Он ничего не делает, но все равно он ходит ко мне в коучинг и платит деньги». Клиент должен вам платить, это естественно!

**Надо задуматься, как сделать, чтобы он больше платил,  
чтобы это его сильнее мотивировало что-либо сделать**

Вы не ответственны за результаты клиентов. Привыкли давать гарантию на каждый свой продукт? Ну, так коучинг - это не продукт. А у большинства в голове перенос идет с одного на другое. По сути же вы никогда не берете ответственность



за своих клиентов. Это их проблемы, если они что-то не делают или делают неправильно.

Вы должны уяснить, что не удастся поменять шаблоны поведения клиентов, как бы вы ни старались. Клиент должен сам сильно этого захотеть. Примите это как данность. Как и то, что 90% денег в коучинге будут приходиться от людей, которые делают все криво, не так и не вовремя.

Если у вас в голове сидит, что клиенты получили 30% результата, а вы с них взяли 100% денег, и надо вернуть 70% - никаких 70% обратно! Надо больше брать - вот разница между успешным коучем и тем, который перебивается с хлеба на воду, и прыгает вокруг своих клиентов. Поймите одно: коучинг - это тоже бизнес, мы работаем по закону больших чисел.

## ***Нужны ли сертификаты***

---

Следующая проблема, которая есть у начинающих: «Я же должен быть сертифицированным коучем, нужно пойти в университет и получить диплом, подтверждающий, что я могу учить».

У истоков университетов, сертификаций, дипломов собралась группа людей и говорит: «Давайте мы будем продавать бумажки за очень много денег?» - «А давайте! Придумаем лабиринт, по которому люди будут ходить, и мы им будем ставить оценки. Отличников наградим красными дипломами, других - синими, а третьих - в крапинку.

Придумаем кучу латинских терминов, которые никому вне стен университета ни о чем говорить не будут. Повесим около носа морковку, чтобы студенты сидели ночами, готовились к экзаменам. И в конце они получают бумажку, которую потом повесят на стену, и о которой никто никогда в жизни не спросит».

В Торонто я (Андрей) видел в газете объявление медицинской клиники, в которой делали очистку кишечника через задний проход с помощью клизмы. В объявлении большими буквами было написано: «Очистка кишечника дипломированными специалистами». Вот как раз именно для этого дипломированные специалисты и были придуманы - чтобы очищать чей-то кишечник.

Если у вас спрашивают дипломы, можете сказать: «Ребята, если вам нужны бумажки - идите к другим тренерам, если нужны результаты - оставайтесь со мной». Как в старом анекдоте – «вам шашечки или ехать?».

Дальше люди решают сами. Если спрашивают, есть ли у вас диплом, отвечайте: «Да, есть». Напечатайте себе какой-нибудь сертификат, их можно скачать в google. Повесьте его дома или в офисе. Главное, чтобы на паре из них было большими красными буквами написано «Диплом», а в мелкий шрифт никто всматриваться не будет. И все вопросы сразу отпадут.

Либо можете пройти нашу сертификационную программу «Быстрые деньги в консалтинге» (<http://ultrasales.ru/fmconsulting.html>) и получить сертификат консультанта.

## **Типичные конфликты и проблемы**

---

### **Продажа vs Ведение**

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

Поэтому будьте аккуратны когда продаете, чтобы не наобещать заведомо недостижимых результатов.

### **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 то же 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, чего 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 удовлетворяются** - то, чего будет достаточно. Здесь работает принцип лучшее – враг хорошего.

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

В целом для коуча очень важно быть самим собой и не нарушать своих правил. Их вам необходимо принять для себя заранее: с кем вы будете иметь дело, а с кем не будете.

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

Но в целом, я бы не советовал 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.

### **Разочарование**

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

Мы говорю вам об этом с величайшим сожалением, потому все-таки была надежда, что именно у нас все будет по-другому. Если мы будем качественно работать, давать гораздо больше, сильно вкладываться в людей, будем их поднимать из нуля к невероятным деньгам, то тогда все-таки это будет цениться.

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

1. Когда человек чего-то добивается благодаря вашим инструкциям, **он считает, что добивается этого благодаря самому себе**. Ведь это он следовал инструкциям, ведь это он делал, а не вы;
2. 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**.
3. 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 выдаете все, то клиент через месяц, максимум через три или через столько, за сколько он заплатил – уйдет**.

Именно поэтому я беру в коучинг на полгода с предоплатой. Каждый раз, когда я входил в положение, разбивал на 2-3 платежа – каждый раз были проблемы. Ни разу не было исключений – делайте выводы сами.

**То, что вы будете помогать, заменять им папу с мамой, продвигать их и давать им клиентов – это никогда не будет цениться! Мало того, клиенты 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 исправить?». И тут уже ваше решение: будете ли вы их брать обратно или нет.

Но, по моему опыту, с теми, кто возвращался обратно – не получается ничего хорошего. Потому что человек уже приходит с критикой и со звездной болезнью, а значит первое, что надо делать – это сбивать корону, а на это нет ни времени, ни желания.

Мы стараемся 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 для вас.
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: клиенту для психики, вам для кошелька и всем остальным, которые будут видеть, как человек поднимается, пошагово работая над собой.