

100 СОВЕТОВ ОТ ПРОДЮСЕРА

# ОРГАНИЗАЦИЯ ТРЕНИНГОВ

ВЕРА ЗЕМСКОВА

при поддержке Романа Масленникова



**Вера Земскова**  
**100 советов от продюсера.**  
**Организация тренингов**

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=40220111](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=40220111)  
ISBN 9785449608079*

**Аннотация**

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.

# Содержание

Предисловие	5
10 советов по планированию тренинга	7
10 советов по упаковке тренинга	11
Конец ознакомительного фрагмента.	12

# **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-клас-



се 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 четкое 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».

Расчет бюджета и билетной программы												
(c) Zemskova.pro												
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												
21												
22												
23												
24												
25												
26												
27												
28												
29												
30												
31												
32												
33												
34												
35												
36												
37												
38												
39												
40												
41												
42												
43												
44												
45												
46												
47												
48												
49												
50												
51												
52												
53												
54												
55												
56												
57												
58												
59												
60												
61												
62												
63												
64												
65												
66												
67												
68												
69												
70												
71												
72												
73												
74												
75												
76												
77												
78												
79												
80												
81												
82												
83												
84												
85												
86												
87												
88												
89												
90												
91												
92												
93												
94												
95												
96												
97												
98												
99												
100												

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.