

Роман Масленников
**Бизнес-тренер на
\$МИЛЛИОН\$**

Личный PR
**для бизнес-тренеров, ораторов,
коучей**



Роман Михайлович Масленников

Бизнес-тренер на миллион.

Личный PR для бизнес-тренеров, ораторов, коучей

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=7357020

Бизнес-тренер на миллион. Личный PR для бизнес-тренеров, ораторов, коучей: Авторское; Москва; 2014

Аннотация

Эта книга для Вас, если вы бизнес-тренер, коуч, преподаватель, бизнес-консультант, и перед Вами стоят следующие задачи:

– Вы хотите оригинально и эффективно выделяться из десятков, сотен и в скором времени тысяч похожих бизнес-тренеров?

– Вы хотите выйти на новый уровень, пробить «стеклянный потолок» и запустить свой новый тренинг через «нового себя»?

– Вы хотите знать самый Главный Пиар-Секрет, О котором не знает 90% ваших конкурентов, но который помог Лидерам рынка занять прочное положение?

– Вы хотите делать осмысленные, просчитанные PR-акции, которые не только экономят Ваши деньги на рекламу, участие в

ТВ-шоу, проплаченные статьи в газетах и обложки журналов, но и сам приносит прибыль?

– Вы хотите, чтобы вместо торга за участие в Ваших тренингах люди платили большие деньги, невзирая ни на что?

– Вы не можете позволить себе выкладывать огромные суммы в PR, но понимаете, что использовать PR-технологии необходимо?

Тогда Вам просто необходимо знать определенные PR-законы и кейсы, которые заставят клиентов думать о Вас и Ваших тренингах днем и ночью, а потом приходиться и покупать Ваши продукты и услуги.

Книга рекомендована к обязательному прочтению для следующих аудиторий:

1) Начинающие бизнес-тренеры, которые работают менее года и хотят знать, как раскручиваться в перспективе.

2) Тренеры, давно работающие на рынке (от 3 лет и выше), прочно занимающие какую-то нишу. А также корпоративные бизнес-тренеры, которые хотят отправиться в «свободное плавание».

3) Продюсеры бизнес-тренеров, руководители продюсерских центров.

«Не нужно искать и бороться за место под солнцем нужно самому быть солнцем, чтобы боролись за место под тобой», – напутствует современный российский философ. Послушаем же его совета и станем светить ярче!

Содержание

Предисловие	5
Зачем я написал эту книгу?	9
Ваш отзыв	13
Какие бывают бизнес-тренеры?	14
Тренер с нуля	16
Конец ознакомительного фрагмента.	17

Роман Масленников

Бизнес-тренер на миллион. Личный PR для бизнес- тренеров, ораторов, коучей

Предисловие

Меня зовут Масленников Роман, и я специалист по пиару если и не с пеленок, то со школы точно, класса с десятого. Когда я начал заниматься пиаром, то еще даже не знал, что такое пиар, но я им уже занимался!

Многие коллеги по цеху называют меня «ведущим экспертом», однако сам я предпочитаю оставаться вечным учеником. В пиаре нельзя прерывать свое образование и самосовершенствование, как и в других профессиях тоже.

Короче, немного разбираюсь в пиаре.

Моя история. Когда я в 10 классе школы принес в газету свою первую статью, ее хотели завернуть по причине того, что это якобы какая-то реклама. Но я смог их убедить в том, что это нечто другое, ведь я объективно обозревал там культурные и значные места Твери. Тогда редакторы все-таки решили попробовать ее разместить.

В общем, это оказался пиар.

Впоследствии именно этим я и занимался и занимаюсь до сих пор. У моих клиентов выходили статьи в журнале «Форбс», эфиры на Первом канале, мы даже играли в игру «100 к 1». Все это было абсолютно бесплатно. И я вас этому научу! Если вы захотите меня услышать и понять, конечно же.

В этой книге я расскажу вам про типы бизнес-тренеров, которые обращаются за пиаром, и которым нужен пиар, как они думают. Потому что многим другим нужен не пиар как таковой, а его результаты: **новые клиенты, большие продажи, серьезные корпоративные заказы, «загон» людей на тренинги, раскрутка нового направления тренингов** и др. На самом деле, это должны быть результаты не только пиара. Должна вестись работа, как говорится, в комплексе.

Почему за решениями таких практических задач приходят именно к пиарщику или в пиар-агентство? Потому что есть понимание, что пиар – это те же публикации в СМИ, но только бесплатные, в отличие от рекламы, на которую везде стоит четкий прайс. Это не самое страшное. Прискорбно то, что на рекламных статьях практически всегда стоят пометки «реклама». А ее у нас не любят. Сразу возникает отторжение: опять что-то продают, большая наценка на товар за счет потребителя.

Не хочу как-то принижать рекламу, это просто факты. Вот

вы, например, при просмотре любимого ТВ-шоу или во время программы по радио при виде заставки «реклама» что сделаете? Скорее всего, переключите канал, залезете в телефон, сходите на кухню или в туалет – в общем, займетесь своими делами. Так же и здесь. Дело, конечно, не в рекламе как таковой, а в том, что она плохо сделана и не там подана. Хорошая реклама в нужном месте и в нужное время – это прекрасный помощник и ориентир. Простой пример – контекстная реклама в интернете («Яндекс. Директ» или «Гугл. Адвордс»): ее показывают только тогда, когда вы что-то ищете. Но не о рекламе речь... Я все-таки считаю себя специалистом по пиару.

Так вот, редким бизнес-тренерам нужен именно пиар и его конкретные результаты: **узнаваемость, захват новой ниши, оправдание высоких гонораров, донесение результатов позиционирования и перепозиционирования до целевых групп, отвлечение внимания от чего-то ненужного вам, смещение акцентов, связи в нужных кругах, а также быстрый вход на рынок при помощи какого-либо скандала или позитивной провокации.**

Я не скажу, что ко мне обращалось прямо-таки много бизнес-тренеров, но около десятка было.

В основном, конечно, я веду звезд, топ-менеджеров, вице-президентов банков, бизнесменов высокого полета, реже – чиновников. У нас есть голливудская звезда, которая про-

живает в Лос-Анджелесе, но пиарим мы ее в России.

Среди наших клиентов было очень много диджеев. Настолько много, что мы написали даже целую книгу

«СуперДиджей»¹, у которой есть продолжение «СуперДиджей-2»². В принципе, методы раскрутки любых творческих и бизнес-единиц (певцов, артистов, музыкантов, стилистов, юристов, адвокатов, консультантов, бизнес-тренеров, а также звездных персон) очень и очень похожи.

Игорь Манн в своем труде «Номер 1. Как стать лучшим в том, что ты делаешь»³ рекомендовал мою книгу по персональному пиару «Ты – суперличность. Остальных – к черту»⁴. В его рецензии были такие слова: «В первой части книги есть много хороших советов».

Так вот, данная книга призвана быть той самой второй частью книги «Суперличность», где дано множество системных практических знаний.

Будьте суперличностями!

¹ <http://www.litres.ru/roman-maslennikov/mariya-strahova/superdidzhey-kratkiy-kurs-po-raskrutke-33-recepta/>

² <http://www.litres.ru/roman-maslennikov/superdidzhey-2-45-receptov-po-raskrutke/>

³ <http://www.litres.ru/igor-mann/nomer-1-kak-stat-luchshim-v-tom-chno-ty-delaesh/>

⁴ <http://www.litres.ru/roman-maslennikov/ty-superlichnost-ostalnyh-k-cherthu/>

Зачем я написал эту книгу?

И не только эту.

Почти все свои книги я пишу для того, чтобы ответить на Часто Задаваемые Вопросы. Почему почти? Потому что оставшееся небольшое число книг написано или для себя, для семейной памяти, или для очень узкого круга лиц – друзей, творческих одаренных пиарщиков или коллег по проектам, таким как PR-волонтерская деятельность на Олимпиаде-2014 в Сочи.

То есть в своих книгах я **массово отдаю знания Вам** не только по благотворительной причине, но и из-за банальной лени.

У многих клиентов, заинтересованных в раскрутке, очень похожие проблемы.

Например, у бизнес-тренеров, которые будут подробно разбираться в книге, задача в основном одна:

Жизнь человека без ежемесячной зарплаты

Jan. 22nd, 2014 at 9:48 AM



Жизнь человека без ежемесячной зарплаты все-таки устроена очень просто.

Есть проект — работай.

Нет проекта — занимайся продажами или маркетингом.

Нет желания продавать — значит не веришь в свой продукт, придумывай новый.

Не знаешь, какой новый — читай, учись.

Не знаешь, чему учиться не на что учиться, нет желания учиться — ммм.... ок, это представляет

некоторую проблему. Но в остальном все очень понятно.

Tags: [just a thought](#)

[2 comments](#) | [Leave a comment](#) | [Add to Memories](#) | [Share](#) | [Link](#)

5⁵

И объяснять каждому одно и то же немножко утомительно. Проще говоря, скучно. Кроме случаев, когда за такие индивидуальные консультации платятся деньги, разумеется.

Нет, мы можем всегда говорить, что «ваша проблема, уважаемый клиент, очень индивидуальна» и т. п. Для вежливости. Куда веселее сказать: приходите на мастер-класс или почитайте книгу. Там все есть!

По статистике, для более 500 моих клиентов 90 % задач по раскрутке были очень и очень похожими. А инструментарий использовался на 99 % похожий. Когда у тебя в руках молоток, все проблемы будут казаться гвоздями.:)

Сейчас я этот молоток бережно передаю в ваши чуткие руки.

⁵ <http://kapterev.livejournal.com/919192.html>

И не забивайте на собственный пиар!

Отзывы бизнес-тренеров и продюсеров о тренинге «PR для бизнес-тренеров»

“Семинар был полезен конкретными примерами и рецептами, изложенными простым и доступным языком”.

Алексей Урванцев, тренер и консультант по активным продажам и ораторскому мастерству, входит в топ 20 лучших тренеров по продажам

“Актуально, интересно. Готовлюсь что-то из услышанного применить”.

Юрий Притула, руководитель тренингового центра TLC (Отношения мужчин и женщин), Москва – Киев

“Была на курсе Романа Масленникова по пиару для тренеров. Скажу, что эта тема очень нужная и стратегически важная, но мало кто всерьез задумывается об этом. Рома дает очень четкое представление о том, из чего состоит пиар-стратегия, что и как нужно делать. Также ценно, что Рома – практик, а не теоретик. Он приводит очень много интересных и показательных кейсов из своей работы. Я и не подозревала, какого серьезного эффекта можно добиться с помо-

щью грамотного пиара.)) Спасибо!”

Анна Мельянцова, менеджер проектов тренинговой компании «Земскова. ПРО»

“Доволен продуктом. Готов рекомендовать как профессионального партнера по данному направлению”.

Максим Левашин, продюсер, ГК «LV Partners»

Ваш отзыв

Если вам книга также покажется интересной – буду ждать ваш отзыв на почту! RM@msk-pr.ru

При вашем желании он будет опубликован.

Какие бывают бизнес-тренеры?

Краткий дайджест того, что вас ждет в книге, если вы не успели вчитаться в оглавление.

В этой книге мы разберем типы бизнес-тренеров.

Мы также рассмотрим основные ошибки, которые допускают бизнес-тренеры при общении с представителями СМИ.

И, наконец, я дам вам «дорожную карту» продвижения, состоящую из десяти пунктов, которые обязательно должен пройти каждый уважающий себя бизнес-тренер.

Тем, кому будет мало обязательной программы, почерпнут для себя еще 11 крутых фишек.

Итого: 21 PR-прием у вас в наличии.

Также мы немного коснемся темы, как правильно общаться со СМИ. Если вы будете сами делать себе пиар, вам эта информация обязательно понадобится.

Надо понимать, что общение со СМИ – это главное, что должен осуществлять человек, продвигающий себя, потому что через СМИ люди узнают о вас опосредованно, а значит, больше вам доверяют.

Сравните: если вы говорите, какой вы классный и крутой, и если такое говорят про вас третьи лица. Это совершенно разные вещи. Так вот, если о вас написано в газете, то этому верят безоговорочно.

Итак, какие бывают бизнес-тренеры?

Тренер с нуля

Есть «очень начинающие» бизнес-тренеры, которые просто «нулевой ноль». То есть человеку вчера стукнуло в голову: «А дай-ка я стану бизнес-тренером и буду вести тренинги». Как говорит одна моя очень хорошая знакомая, профи в этом деле и продюсер с десятилетним опытом: «Сейчас кто не фотограф, тот тренер». Андрей Парабеллум на «Тренинге тренеров» говорил, что «на рынке сейчас засилье дилетантов, которые не хотят становиться профи».

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.