

A photograph of chess pieces on a board. In the foreground, a white king piece is in sharp focus, showing its crown and the texture of the wood. Behind it, a dark king piece is blurred. The background is a soft, out-of-focus light blue.

Андрей Парабеллум

102 совета по коучингу и консалтингу

Аудиокурсы стоимостью \$500 в подарок
каждому читателю

Андрей Парабеллум

**102 совета по коучингу
и консалтингу. Аудиокурсы
стоимостью \$500 в подарок
каждому читателю**

«Издательские решения»

Парабеллум А.

102 совета по коучингу и консалтингу. Аудиокурсы
стоимостью \$500 в подарок каждому читателю /
А. Парабеллум — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-859638-4

Эта книга — результат десятилетней работы автора и его учеников в теме коучинга и консалтинга. В ней Вы не найдете никаких теорий, только голая практика и четкие рекомендации, которые можно незамедлительно внедрить для получения ощутимых результатов. Каждый совет в этой книге неоднократно проверен на практике и доказал свою результативность.

ISBN 978-5-44-859638-4

© Парабеллум А.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Подарок	7
Список книг в этой серии	8
Рецензии	9
Владимир Горбунов	9
Эдуард Лукманов	11
Мария Подоляк	12
Антон Тарасов	13
Елена Каминская	14
Николай Емельянчук	15
Георгий Генс	16
Мария Корницкая	18
Анжелика Рождественская	19
1. Статус эксперта	20
2. Главное – результат клиентов	21
3. Директор и уборщица	22
4. Широкая известность в узких кругах	23
5. Лишь бы фамилию правильно печатали	24
6. Ковровые бомбардировки	25
7. Запоминайтесь	26
8. Станьте главным героем	27
9. Играйте на своей скрипке	28
10. Так, и не иначе	29
11. «Следующий!»	30
12. С вашего позволения	31
13. Кто кого нашел?	32
14. Ежовые рукавицы	33
15. Красная таблетка	34
16. Лейкопластырь не вылечит	35
17. «...или право имею?»	36
18. С топором	37
19. Не предлагайте, а диктуйте	38
20. Петли и двери	39
21. Конгруэнтность и естественность	40
22. Как получить постоянный поток новых клиентов в консалтинг-бизнесе	41
23. Мой идеальный клиент	43
24. 7 признаков самых проблемных клиентов	44
25. 12 самых критических ошибок в консалтинге	45
26. Основы коучинга	46
Конец ознакомительного фрагмента.	47

102 совета по коучингу и консалтингу Аудиокурсы стоимостью \$500 в подарок каждому читателю

Андрей Парабеллум

© Андрей Парабеллум, 2017

ISBN 978-5-4485-9638-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Добрый день!

Если Вы открыли эту книгу, то это, скорее всего, произошло неслучайно...

Вероятно, Вас что-то не устраивает в Вашей жизни, бизнесе или ситуации вокруг Вас.

И Вы готовы это менять.

Книга, которую Вы держите в руках, является результатом десятилетнего практического опыта на сотнях тысячах моих студентов.

За это время мы перепробовали огромное количество теорий, стратегий и практик. И результатами наиболее успешных из них я решил поделиться с Вами в этой серии книг.

Эту книгу можно использовать разными способами.

Можно сначала прочитать от корки до корки, а потом внедрить только то, что понравилось.

Можно начинать внедрять сразу с первой страницы.

Можно читать с любого места и в любом направлении.

Можно даже использовать ее как личного коуча, задавая ей вопрос и открывая на нужной странице с ответом.

Главное, внедрите хотя бы что-то из прочитанного.

И Вы увидите, как начнет меняться Ваша жизнь.

А когда получите Ваши результаты, поделитесь ими со мной ВКонтакте (vk.com/parabellum07). Кстати, я там же, ВКонтакте, периодически выкладываю мои новые книги на рецензию, и был бы очень рад, если бы Вы выразили свое мнение по поводу моих книг.

Хорошего Вам внедрения!

С уважением,

Андрей Парабеллум

Подарок

Для читателей этой книги я подготовил специальный подарок: набор моих аудио-тренингов на общую сумму в 500+ долларов:

Ваша личная ссылка: www.andreyparabellum.ru/free

Тренинги, которые Вы можете пройти по этой ссылке:

Прокачка Личной Эффективности и Финансов:

тренинг «**Как научиться учиться**», который объяснит Вам самые быстрые и результативные методики обучения;

тренинг «**Самодисциплина 1**», который заставит Вас прокачать свою личность множеством способов и внедрит нужные Вам привычки за 3 непростых недели;

тренинг «**Взрывное скорочтение**», который научит Вас читать деловую литературу в 2—4 раза быстрее;

тренинг «**Умнобедный 1**», который покажет Вам, как выбраться из ловушки умного безденежья.

Прокачка Вашего Инфобизнеса:

тренинг «**Инфобизнес Live**», который покажет Вам все самые прибыльные модели заработка денег в Инфобизнесе;

тренинг «**Инфобизнес с нуля**», который поможет Вам запустить Ваш новый проект, систематизировать его и вывести его на первую прибыль;

конференция «**Контент маркетинг**», которая научит Вас генерировать потрясающе интересный контент, делиться им со своими читателями, слушателями и зрителями в интернете и быстрыми темпами наращивать свою клиентскую базу.

Прокачка Вашего Бизнеса:

тренинг «**Трансформация бизнеса**» (12 модулей), который поможет Вам оптимизировать и систематизировать Ваш бизнес.

Зачем я это делаю?

Я искренне верю, что когда Вы начнете внедрять хотя бы малую часть той информации, которую Вы услышите, Ваша жизнь начнет меняться к лучшему.

И Вы в свою очередь поможете кому-то еще.

И так эта эстафета добра будет идти по планете, делая нашу жизнь все лучше и лучше...

Список книг в этой серии

- 66 советов по тренингам и онлайн курсам;
- 70 советов по менеджменту;
- 78 советов по продажам;
- 93 совета по личным продажам;
- 97 советов по финансам;
- 102 совета по коучингу и консалтингу;
- 107 советов по копирайтингу;
- 126 советов по бизнесу;
- 131 совет по инфобизнесу;
- 142 совета по маркетингу;
- 147 советов по личной эффективности.

Рецензии

Владимир Горбунов

«Чем больше вы танцуете вокруг человека, тем хуже результаты.»

В этой книге очень подробно, во всех деталях, разложено одно из трех важнейших направлений в инфобизнесе – коучинг.

Здесь есть структурированное решение проблем и разобраны важные темы, такие как: Самая эффективная модель консалтинга; Получения постоянного потока новых клиентов в консалтинг-бизнесе; Описание признаков самых проблемных клиентов; Правила о положении коучинга; Первые шаги; Создание инфопродуктов; Личный коучинг; Продажа и запуск коучинга; Как зарабатывать от 10000 долларов ежемесячно; Как быстро стать экспертом – внутренне и внешне; Основные инструменты бизнес-консультанта; Самый простой способ начать продажи в консалтинге и т. д.

«Когда за человеком гоняются, его первая реакция (что совершенно нормально) – это желание убежать. Если вы пытаетесь клиентов привлечь – они пытаются отвлечься. А вам-то нужно, чтобы люди сами приходили! Меняйте подход!»

«Близко лежит и другая проблема – неуверенность в собственном праве на деньги клиента. Вы можете забрать их, будь они хоть его последние! Необходимо воспитать в себе это внутреннее ощущение и укрепить его так, чтобы оно естественным образом влияло на все Ваши решения.»

«Уверенность и еще раз уверенность! Контроль и еще раз контроль!»

«Как говорится, лучше быть №1 в последней римской деревушке, чем №2 в Риме.»

Интересные темы, где раскрываются тонкости и детали: – Станьте главным героем

– Играйте на своей скрипке

– «Следующий!»

– С вашего позволения

– Кто кого нашел?

– Ежовые рукавицы

– Красная таблетка

– Лейкопластырь не вылечит

– С топором

– Петли и двери...

«Известный постулат „клиент всегда прав“ рушится! Если покупатель начинает пороть всякую чушь, вы спокойно его обрываете и произносите в сторону дверей: „Следующий“. Для вас факт очереди гораздо важнее, чем факт того, что вы продаете, и он все решает. Если вы вдруг начинаете ловить себя на мысли, что сомневаетесь, не опустить ли цену, не упаковать ли в коробку больше бонусов, не дать ли мобильный клиенту, чтобы он в случае вопроса

позвонил в любое время суток и спросил, не увеличить ли количество уровней в программе с трех до семи... и так далее – ответ один: увеличьте очередь!»

Эдуард Лукманов

«Чтобы можно было легко и спокойно продавать консалтинг, нужно и необходимо обязательно прочитать «102 совета по коучингу и консалтингу»

Узнаете как правильно себя позиционировать, а еще план работы с клиентом. Книга поможет избежать распространенных ошибок в консалтинге. Узнаете как выстроить себе постоянный поток новых клиентов в свой бизнес. Что продавать и как продавать. Поймете Ваших клиентов. Могу сказать одно, если Вы ведете свой консалтинговый бизнес или проводите коучинг своих клиентов, эта книга подскажет где и как избежать ошибок и поднять бизнес на новый уровень.

Рекомендую к прочтению книгу Андрея Парабеллума «102 совета по коучингу и консалтингу»

Мария Подоляк

«ЭТА КНИГА – подробнейшая карта (с маршрутом), в которую вложено то, как устроен мир коучинга и консалтинга»

Эта книга как для тех, кто только определяется куда податься и где нишеваться (новички, как минимум, избавятся от страха перед этим видом бизнеса, а как максимум, наконец-то определятся!), так и для профи (с опытом, весом и авторитетом...) – куча инсайтов вам обеспечена!

Чтобы вообще кем-то стать, тебе нужна «карта». То есть, например, сейчас ты находишься в точке А (есть намерение заняться коучингом/консалтингом), а тебе нужно прийти в точку В (ты уже занимаешься консалтингом/ты коуч), так вот ЭТА КНИГА – подробнейшая карта (с маршрутом), в которую вложено то, как устроен мир коучинга и консалтинга. В ней все, что тебе надо знать: с чем ты столкнешься, какие трудности (задачи) будут на пути, по каким законам работает эта «местность», по которой ты собираешься добраться до своей точки В. И второе: тебе надо знать, как вообще «устроен» успешный коуч (какими качествами, навыками он обладает и чего начисто лишен), ведь если ты не знаешь, что у него там «внутри», то, собственно, ЧТО ты из себя пытаешься «вытащить»?! ... («Выбирай род деятельности в зависимости от типа личности, которым этот род деятельности заставит тебя стать» – автора не помню, кажется это слова Дэна Кеннеди)

ЧИТАТЬ реально ИНТЕРЕСНО!!! Есть литература из этой тематики, вызывающая ... плохо скрываемое желание зевнуть и отключиться, но ЭТА КНИГА наоборот, разгоняет тебя и сильно меняет твоё состояние!!!

P.S. Андрей, спасибо за проделанную работу! ОЧЕНЬ КРУТО!

Антон Тарасов

«Краткий и очень емкий концентрат всего, что нужно знать инфобизнесмену, продающему эти продукты.»

С первых же строк книги я, словно, погрузился в 2013, когда впервые, благодаря Андрею, продал свой первый консалтинг. И книга написана в стиле «раннего Парабеллума» – прямо, местами цинично, глубокого.

«102 совета по коучингу и консалтингу» – это краткий и очень емкий концентрат всего, что нужно знать инфобизнесмену, продающему эти продукты. Каждый из советов бьет четко в цель и дает множество инсайтов.

Мне это напомнило пошаговое руководство, в котором есть советы и по выстраиванию своей личности и конкретные советы по реализации себя в нише консультирования.

Настоятельно рекомендую, кто продает что-либо и кто хочет развивать свою экспертность.

Елена Каминская

«Очень поддерживающая книга для начинающих»

Чаще всего мы стремимся привлечь как можно больше клиентов, используя различные приемы, тратя на это массу сил и времени!!! С клиентами надо работать безусловно... но внимание!!! надо заниматься и собой – в первую очередь собой (!), чтобы клиенты летели как мотыльки на свет. А что именно нужно делать, об этом рассказывает книга А. Парабеллума «102 совета по коучингу и консалтингу». И, конечно, в книге много полезных советов, хитростей, подсказок – как правильно «запаковать» услуги, преподнести свою работу, начать продажи и т. д. Есть разбор возможных трудностей и типичных проблем в работе. Что немаловажно!

Не возникает ощущения столько надо сделать – я не буду тогда вообще ничего делать... Наоборот, читая советы, появляется состояние достижимости цели... просто надо начать и соблюдать определенные правила. Очень поддерживающая книга для начинающих.

Николай Емельянчук

«Пособие по ошибкам!»

Знаете, в некоторой степени я эгоистичен и знаю как Андрей, в основном, пишет свои книги – он их наговаривает! А при наговаривании человек не очень критично разбирает то, что он говорит и... возможно выдаст кое-какие секреты и тайны!

Книга является искренним разговором и пособием по ошибкам, которые возможно наделать в данной теме! Не продаётся консалтинг, трудно продавать дорого, не понятно как вызвать доверие, не ясны модели коучинга, делаете долго и не то (и ещё с десятка два потенциальных проблем и возможностей их решить)? Ответы вы найдёте здесь, в книге.

Просто представьте, что опытный наставник сидит и за чашкой тёплого чая осенним вечером на кухне делится с вами своими неудачами и путями их решения, которые теперь в вашем распоряжении. Стоит ли оно того, чтобы прочесть?

Георгий Генс

«Эта книга будет настольной, а лучше „настенной“, надо распечатать и повесить на стену!»

Первое, что захотелось сделать, – это после очередного совета громко сказать: «Гениально!» Второе: «Эта книга будет настольной, а лучше „настенной“, надо распечатать и повесить на стену!»

У меня были коучи в разных странах. Всем им я благодарен без исключения. Знаете, кто такой настоящий коуч? Это тот, кто не отпустит вас без результата!

Кто поймет, как до вас донести, чтобы вы, наконец, все поняли! Кто за пару недель круглосуточной работы все же даст вам немного времени, чтобы вы смогли отдохнуть, так как сам понимает, что такое количество информации человеческий мозг быстро переварить просто не в состоянии! И кто выведет вас, как ракету, на новый уровень, а потом вы в шоке будете уезжать от него и писать ему в смс одно слово: «Обалдеть!!!».

Но как? Как это делается? Как они это делают?..

Потом я и сам начал коучить. И довольно успешно и с отличными результатами.

Но вчера, читая эту книгу, я понял самое главное: «Вот что я делаю!», «Вот что они делают!», «Вот как мы работаем!» и «Вот что мне нужно довернуть!»

Это карта. Можно применить и как советы, и как пошаговое руководство. Всегда, когда я хочу узнать что-то еще о бизнесе, я иду к Андрею Парабеллуму за новыми знаниями. И здесь я получил еще одну карту мира, карту работы и т. д.

Огромное ему спасибо за такие книги и за эти знания!

Это путеводитель того, как можно еще улучшить свои показатели в обучении других людей.

Очень понравилась структура. Понравился порядок, по которому все разложено.

Действительно становится понятно, как и, главное, почему все эти советы наилучшим образом работают в совокупности, о чем и написано в книге.

Для меня самым важным оказалось то, что я смог структурировать весь свой опыт и знания в одну единую систему. Здесь все очень четко, конкретно и понятно. Не остается никаких вопросов после прочтения. А если и остаются, то ты снова говоришь сам себе: «Нужно снова вернуться к книге.»

Я помню, как читал об одном успешном артисте. Он как раз прочитал недавно очередную хорошую книгу и говорил о ней что-то в роде этого: «Эта книга стала моей настольной книгой! Она мне помогает двигаться и развиваться. Она мне помогает идти вперед в правильном направлении. Она мне помогает найти ответы на некоторые вопросы. Она мне помогает сделать выбор. Она мне помогает правильно повернуть кубик рубика, чтобы все соеди-

нилось. Она мне помогает каждый день.» И тогда я подумал о том, что неплохо было бы, если бы и у меня были такие книги на столе. Их появилось с тех пор всего несколько.

И эта, несомненно, будет одной из них. По крайней мере до тех пор, пока я не запомню и не применю все, что там написано. А потом я, с большой благодарностью к автору, подарю ее своему хорошему другу, которому она может пригодиться, чтобы у него тоже все получалось.

Мария Корницкая

«Маст рид! Прочувствуйте эту энергию!»

Это вторая книга Андрея, которую я прочла (после «131 совет по инфобизнесу»). О практической ценности материала уже написано много, чтоб не повторяться, напишу о другом. Об эмоциональном восприятии и ощущениях. Ведь книга это не только сухой список действий. Я начинаю смаковать стиль подачи и язык, в нем есть что-то жёсткое как сталь и при этом вкусное. Такая квинтэссенция мужской энергии. Когда понимаешь, что тебя имеют, но это сладко.

Не знаю, культивировал ли Андрей это специально, но не отметить эффект не возможно. А что продает лучше, чем сексуальная энергия?

Во что бы она не сублимировалась, что бы он не написал, будет бить наповал. Учитывая количество спящей нереализованной сексуальной энергии в массах, резонанс аудитории обеспечен. Мало какое чтиво на такое способно. Так что, за одно это (даже не беря в расчет суперполезный контент) стоит прочтения! Маст рид! Прочувствуйте эту энергию!

Анжелика Рождественская

«Шикарная книга, дающая нежный пинок под зад!»

Книга читалась на одном дыхании. Очень быстро и очень эффективно! Сразу хочется идти и проработать все: свой образ, уверенность и много ещё чего.

Главное, что стало важно для меня: Не гоняться за клиентом, пусть в вас нуждаются, а не вы!

И это самая верная стратегия. В повседневной жизни замечено и не раз! Так почему бы это не привнести в работу?!

Хочу сказать большое спасибо Андрею Парабеллуму. Была на Инфобизнесе, на трёх-дневном тренинге.

Вот это харизма! Вот это энергетика! То, к чему нужно стремиться! Для меня это был фурор... Никогда не забуду пример про Китай. «Я хочу в Китай.»

Если хочешь что-то делать-сделать это можно до конца недели, а не мечтать об этом всю свою жизнь!

В книге мне очень понравилась техника «Ежовые рукавицы»: быть любящим, но строгим. Это рождает дисциплину и уважение! Применимо также и в жизни!

Читаю, читаю, читаю! Все очень легко, на одном дыхании!
Встал и делай!!! Вот главный посыл, который я для себя усвоила!

Шикарная книга, дающая нежный пинок под зад!!!

1. Статус эксперта

Чтобы можно было легко и спокойно продавать консалтинг, нужно себя позиционировать как эксперта. Я понимаю, что во многом повторяюсь в этой главе, но, в отличие от прежних материалов на эту тему, сейчас я выстрою Ваши отрывочные сведения в целостную систему.

Итак, вместо того, чтобы бегать по потенциальным клиентам и с деловым лицом лихо-радожно пытаться что-то им «впарить», лучше построить из себя эксперта.

Можно не быть экспертом, а достаточно выглядеть так, чтобы распространять вокруг себя такой ореол. Консалтинг вообще в большей мере строится на вашей неповторимой личности, харизме, чем на предлагаемой клиентам информации. Многие, наоборот, работают над пакетами услуг, при этом никак или слабо заботясь о своем имидже, и поэтому у них вечно куча проблем с позиционированием и, следовательно, продажами.

Вы спросите: «Но неужели вот так легко показаться экспертом? Люди что, совсем глупые?» О глупости, конечно же, речи не идет – просто в основном, как показывает практика, потенциальные и реальные клиенты делятся на две категории: первые задают кучу вопросов, тратят ваше время и в итоге ничего не покупают, а вторые – с удовольствием отдают деньги за продукт.

Дело в том, что при грамотном позиционировании последние не будут пытаться проверить вас «на вшивость»: «А чем докажете статус эксперта? А какие есть сертификаты? А какие дипломы в рамочках висят в Вашем кабинете?» – и т. п. Знаменательная черта рынка консалтинговых услуг в том, что ему начхать, сколько вы работаете в этом бизнесе! Хоть с 1812 года! Рынку плевать, какие у вас были клиенты!

Значение имеет лишь несколько вещей. Самая важная – это результаты. Если вы их гарантируете, и гарантии ваши подтверждаются – все будет о'кей.

Большинство, поверхностно взглянув на вас и увидев в вас эксперта, не станут спрашивать, а почему же вы, собственно, таковым являетесь.

2. Главное – результат клиентов

Запомните, что эксперт – это не определение, а в большей степени самоопределение. Пока вы сами не скажете себе: «Я эксперт» – таковым не станете. То есть решающим в этой ситуации является именно ваше мнение, а не какого-нибудь абстрактного клиента дяди Васи.

Что касается сертификатов, дипломов и прочих доказательных бумажек, они если и нужны, то уже для следующих шагов – как перила, чтобы по ступеням проще было подниматься.

Примечательно и то, что для поддержания статуса не обязательно обладать огромным массивом знаний, а достаточно прочесть хотя бы две книги по теме, которых не читали клиенты, и для них вы уже – гуру.

3. Директор и уборщица

Есть миф, что чем крупнее руководитель, тем он разумнее и тем крепче у него в компании порядок, тем радужнее перспективы и т. п. На самом деле те, кто уже занимается консалтингом, подтвердят обратное: чем больше имеешь дело с компаниями-гигантами, тем яснее понимаешь, какой у них царит бардак.

Другой чрезвычайно важный момент в становлении вашего консалтинга – это статус *celebrity*, то есть знаменитости.

Обладая этим статусом, вы гарантированно будете получать интересные и выгодные предложения, иметь возможности продвижения, о которых другие только мечтают. Все потому, что у людей очень интересно устроена психология: если человек звезда в чем-то одном, они автоматически думают, что он «спец» абсолютно во всем, и к нему можно обращаться с вопросом хоть про целебные свойства народной медицины.

4. Широкая известность в узких кругах

Решите для себя, что именно вам нужно. Только после твердого решения можно двигаться вперед к статусу знаменитости, веря в то, что поставленная цель будет достигнута.

Знаменитости бывают разные: в кино, на телевидении, в музыке...

Я же говорю несколько о другом: в консалтинге цель – быть широко известным в узких кругах. Причем повторяю, что знаменитость определяется не собственным знанием, а осведомленностью рынка о вас.

В первую очередь определитесь с нишей и обоснуйте для себя свой же выбор. Осознанный подход к делу – залог успеха. После этого вас и узнает нужное количество людей.

5. Лишь бы фамилию правильно печатали

Очень важно в рамках выбранной ниши постоянно быть перед глазами и на слуху у аудитории. Буквально мельтешить, но не навязчиво, а деликатно, чтобы это выглядело как честная активность, а не прооплаченная раскрутка.

Пусть о вас много говорят, обсуждают, причем не только в хорошем свете. Все равно, что про вас говорят, главное чтобы говорили!

6. Ковровые бомбардировки

Итак, какие условия необходимо соблюсти, чтобы стать знаменитостью на рынке?

Во-первых, необходимо самим определиться с нишей, причем конкретно – не просто «я продаю руководителям и/или владельцам бизнесов». Важно знать в подробностях свою аудиторию, личностные и профессиональные характеристики ее представителей, их потребности и опасения.

Во-вторых, потенциальные клиенты должны постоянно наткаться на упоминания о вас, на ваши статьи, изображения и т. п. Иначе говоря, постоянно крутитесь у них перед глазами с помощью различных медийных средств.

В-третьих, клиенту необходимо не туманно представлять, а четко знать, что же вы, собственно говоря, делаете – в чем вы эксперт, в какой теме вам нет равных? Что вы конкретно предлагаете: коучинг или консалтинг?

Многое решает Ваша активность. Возможно придется летать, как ракета, но при этом сохранять не суетливый, а просто деловитый вид.

Это и есть «волшебная таблетка», а точнее – целый пузырек таковых. Одним выстрелом вы ничего не добьетесь. Нужны непрерывные ковровые бомбардировки сознания потенциальных клиентов.

7. Запоминайтесь

Естественно, так как консалтинг предполагает контакт с людьми, чрезвычайно необходимо обладать яркой индивидуальностью, харизмой. И примечательно, что все равно – какая она. Не нужно быть белым и пушистым, не нужно быть плохим мальчиком или хорошим. Главное – быть запоминающимся.

Если у вас нет никакой индивидуальности, вам будет очень сложно продавать. Мимо вас не должны проходить. Как этого добиться? Рассмотрим несколько важных условий.

8. Станьте главным героем

Большое значение имеет умение верно расставить акценты. Для этого нужно постоянно над собой работать, как внутренне, так и внешне. Достаточно, чтобы было одно яркое качество, отличающее вас от других. Не нужно десять таких!

Развить его может помочь любой режиссерский тренинг, который советую посетить.

Создавайте свой образ!

9. Играйте на своей скрипке

Следующее – должна быть интрига. Если клиенты уже все про вас знают, они быстро теряют интерес, остывают. Всегда должно быть что-то новое, нельзя застаиваться. У клиентов постоянно должны оставаться вопросы, касающиеся вас и не нашедшие еще своего ответа. Это мотивирует, это напрягает, это заставляет все время присматриваться к вам – то есть работать на вашу же знаменитость. Выработывайте или ищите в себе эксцентричность.

10. Так, и не иначе

Быть знаменитым в нише – не единственное условие успеха. Не менее важна authority, уверенность в себе. И не просто уверенность в силах, ресурсах и так далее, а как бы подсознательное убеждение в своем праве работать и получать деньги именно так, а не иначе.

Люди становятся в очередь и готовы отдать любые деньги, чтобы им сказали, что делать. Ваша задача – всем своим видом показать, что так и должно быть, что это естественно. При этом не важно, какие вы заканчивали университеты, бизнес-школы и тому подобные заведения.

Один из важнейших секретов консалтинга в том, что люди ищут благословления! Они уже про себя решили, что будут делать, но психология требует разрешения «сверху».

Нужен кто-то маститый, кто посмотрит, послушает, похлопает по плечу и скажет: «Да, ты можешь, я в тебя верю, вперед!» Им нужно просто разрешить!

В консалтинге (если мы говорим не про технический консалтинг, там все несколько иначе) у гуру покупают за большие деньги уверенность в выбранном пути, в завтрашнем дне, в том, что все получится.

11. «Следующий!»

Один из ключевых законов, действующих в консалтинге, – это закон спроса и предложения.

Когда к вам стоит очередь, продажа идет значительно комфортнее и эффективнее. Если, допустим, у вас есть шесть мест для продажи коучинга, а потенциальных покупателей семь, то вам психологически тяжело будет им продавать. Вы начнете очень стараться, напрягаться, искать к каждому индивидуальный подход... И надеяться, что шесть из семи купят. Если же у вас за дверью стоит 700 человек, то появляется уверенность, и допустимость несогласия клиента с вашей точкой зрения падает ниже плинтуса.

Известный постулат «клиент всегда прав» рушится! Если покупатель начинает пороть всякую чушь, вы спокойно его обрываете и произносите в сторону дверей: «Следующий».

Для вас факт очереди гораздо важнее, чем факт того, что вы продаете, и он все решает. Если вы вдруг начинаете ловить себя на мысли, что сомневаетесь, не опустить ли цену, не упаковать ли в коробку больше бонусов, не дать ли мобильный клиенту, чтобы он в случае вопроса позвонил в любое время суток и спросил, не увеличить ли количество уровней в программе с трех до семи... и так далее – ответ один: увеличьте очередь! Стоит это сделать, и все вопросы отпадут сами собой.

12. С вашего позволения

Люди должны сами приходить к вам и записываться в очередь. А не вы должны гоняться за ними, звонить им и говорить: «Не будете ли столь любезны купить мой сервис, а то очень кушать хочется, а деньги закончились»!

Когда за человеком гоняются, его первая реакция (что совершенно нормально) – это желание убежать. Если вы пытаетесь клиентов привлечь – они пытаются отвлечься. А вам-то нужно, чтобы люди сами приходили! Меняйте подход!

Продать что-то относительно тяжело, а вот позволить человеку что-то купить у вас – просто.

13. Кто кого нашел?

Гуру, образно говоря, должен сидеть наверху горы и быть абсолютно недоступным. Иначе никто не станет платить больших денег тому, кому можно в любую минуту позвонить по мобильному телефону и задать вопрос. Если клиент пообщался в строго заданном временном промежутке с экспертом, то это дает повод и похвастаться перед остальными: «А я его выцепил! Мне так наконец-то сегодня повезло, что я с ним поговорил!»

Вместе с таким отношением изменится ваше восприятие человека – цена встречи с ним в сознании взлетит в несколько раз.

14. Ежовые рукавицы

С человеком нужно не просто контактировать, а выстраивать прочные отношения, в противном случае, как бы ярко вы ни излагали свои мысли, клиент охладает и отвернется.

Важно запомнить: крепкие отношения выстраиваются не на тренинге, а в индивидуальном порядке. Люди ищут любящего, но строгого «родителя». Если вы мужчина, в вас будут искать «папу», если женщина – «маму». Но клиенты должны чувствовать, что с одной стороны вам не все равно, что и как они делают, и вы хотите, чтобы у них было все хорошо, чтобы все получалось, решались проблемы, – а с другой стороны, нельзя давать им сесть вам на шею, что происходит очень легко. Границы и еще раз границы!

Вместе с заботой необходимо настроить каждого клиента, что он, как говорится, «отвечает за базар». Что если сказано – значит, надо сделать. Правильный контроль решает очень много в консалтинге, и ежовые рукавицы помогают удержать в руках даже «скользких» людей.

15. Красная таблетка

Одна из главных причин, почему люди приходят на консалтинг – желание передать бремя ответственности другому. Для вас это бремя становится крыльями, и если хотите взлететь как можно выше, берите на себя ответственность даже тогда, когда это бессмысленно. Это напрямую относится к гарантированию результата.

Если вдуматься, то ведь как я могу его гарантировать, если в итоге все зависит все равно от действий клиента? Могу! И пусть мои конкуренты крутят пальцем у виска, восклицая: «Как ты можешь гарантировать то, в чем не участвуешь?! Он же прогорит! Его же обманут, разденут, разуют! По миру пустят!» Пока они крутят пальцем у виска, очередь из ваших клиентов растет и крутит вашу дверную ручку, чтобы войти перед ваши очи и переложить на Вас свою ответственность.

Люди не хотят выбора, не хотят думать! Они платят деньги за готовое решение.

16. Лейкопластырь не вылечит

Существуют распространенные проблемы психологического плана, не решив которых, вы будете постоянно бороться с клиентом, вместо того, чтобы легко и быстро победить себя. Первая – это внутренний конфликт между продуктом и его стоимостью, когда вам трудно с беспристрастным лицом выговорить цену вашего сервиса.

Люди чувствуют ваши малейшие сомнения, особенно женщины. Если вы не уверены в том, что реализуемые услуги – это качественный продукт, либо он добротно сделан, но стоит слишком дорого, теоретически выхода три:

1. Менять продукт. Не обязательно коренным образом, достаточно изменить его так, чтобы чувствовать себя комфортно при его продаже.

2. Менять цену, снижать ее.

3. Наконец, менять свое сознание. Это самое важное и, надо сказать, самый лучший способ выйти из ситуации.

Первые два метода – это не лечение больного места, а наклеивание на него лейкопластыря. Изменив же собственное восприятие продукта, вы перестанете дрожать, продавая его.

17. «...или право имею?»

Близко лежит и другая проблема – неуверенность в собственном праве на деньги клиента. Вы можете забрать их, будь они хоть его последние!

Необходимо воспитать в себе это внутреннее ощущение и укрепить его так, чтобы оно естественным образом влияло на все Ваши решения.

18. С топором

Почему надо быть жестким? Неужели все такие дикие, что их иначе не организуешь? Нет, не дикие. Просто у каждого свои тараканы в голове, и если вы этих тараканов сразу не раздавите, они помешают выработаться той чистой информационной среде в сознании клиента, в которой начинают рождаться правильные идеи.

Человек с тараканами всегда видит не то, что нужно. Он приходит к вам и говорит: «Что такое за безобразие, машина не едет! Я и пепельницы проверил, и зеркала протер, и колеса попинал – а она все равно не заводится!» Ваша задача – не просто повернуть ключ зажигания в его автомобиле, а показать, что этот ключ у него же в руке. Это нужно суметь сделать очень тонко, я бы сказал, ювелирно. Психология – это тонкая материя, и легко испортить все дело, если подходить к огранке драгоценного камня с топором.

19. Не предлагайте, а диктуйте

Ни в коем случае нельзя клиенту предлагать. Предложение всегда оставляет за людьми возможность что-то изменить, скорректировать по своему не всегда умному разумению. Никогда не говорите: «Мы вместе с клиентом сейчас разберемся...»

В бизнесе инфантилизм ни к чему.

Неуверенность заставляет обхаживать каждого клиента, говорить ему сладеньким голосом: «А не угодно ли вам... А не будете ли столь любезны...» – и так далее. Но чем больше вы танцуете вокруг человека, тем хуже результаты.

20. Петли и двери

Все, о чем я говорил, не может использоваться частично, а эффективно подействует только в комплексе, единым фронтом. Да, с одной стороны я говорю: «Ввяжемся, а там разберемся». С другой стороны, я ведь знаю конечный результат. Есть стратегия, по которой я и работаю. В деталях ее порой не разглядишь, но когда достигается гарантированный результат, понимаешь: «Ага, а ведь все эти, казалось бы, разрозненные вещи сложились в единую гармоничную картину!»

21. Конгруэнтность и естественность

Без нее вряд ли у вас все заладится в инфобизнесе, впрочем, как и в любом другом деле. Конгруэнтность решает все. Консалтинг как процесс в вашем сознании должен быть тесно сопряжен со всеми нюансами его осуществления – с упаковкой, с продвижением, с общением с клиентами. Все эти составляющие не должны между собой конфликтовать и постоянно дергать вас возникающими сомнениями.

Уверенность и еще раз уверенность! Контроль и еще раз контроль!

22. Как получить постоянный поток новых клиентов в консалтинг-бизнесе

Проблема с генерированием новых клиентов в консалтинг-бизнесе остро стоит как перед новичками, так и перед профессиональными консультантами.

Список простых, но действенных стратегий, которые Вы можете использовать для того, чтобы получить постоянный поток новых клиентов в Ваш консалтинг бизнес.

1. LEAD GENERATION.

1.1. При любой возможности раздавать Ваш 30-минутный ПромоСД вместе со своей визиткой.

1.2. Добавить краткий текст по формуле ОДП на обратной стороне Вашей визитки

1.3. Постоянно пишите тематические статьи на свою тему и используйте их в Ваших рассылках, блоге и на вебсайте

1.4. Запустите контекстную рекламу на Гугле и Яндекс

1.5. Если Вы будете где-то выступать перед публикой – найдите способ собирать их контакты или визитки опять же в обмен на мини-книгу или ПромоСД.

1.6. Сделайте бесплатный вебкаст (или серию вебкастов), для участия в которых человек должен Вас каким-то образом пропиарить и оставить Вам свои контактные данные.

1.7. Если у Вас есть своя книга – распространяйте ее через книжные магазины. В конце каждой главы делайте ссылки на определенный раздел Вашего сайта и просите заполнить форму регистрации для скачивания дополнительных бонусов.

2. LEAD CONVERSION

2.1. Сразу после того, как человек подписался на Вашу рассылку, предложите ему вводную 45—60 минутную телефонную консультацию условно-бесплатно или за минимальную цену. Во время звонка выдайте «на гора» кучу полезной и нужной информации. Относительно большой процент тех, кто купил у Вас первую консультацию, купит и Ваши услуги.

2.2. Продавайте недорогую книгу, которую можно будет скачать прямо с Вашего вебсайте. Это будет еще одним недорогим способом для потенциальных клиентов узнать Вас. А для Вас – увеличить свой кредит доверия.

2.3. Сделайте и продавайте дорогой инфопродукт (коробку/систему). Это должен быть физический продукт (несколько аудио сд и мануалы в формате А4), как и версия для скачивания. Этим Вы дадите возможность Вашим клиентам узнать и применить часть Ваших стратегий на практике.

2.4. Начните обучать небольшой, но интересной теме Вашу целевую аудиторию – вживую и/или через интернет (вебкастами). И предлагайте скидку на свои услуги тем, кто прошел Ваше обучение.

3. КОНВЕРТАЦИЯ РАЗОВЫХ КЛИЕНТОВ В ПОСТОЯННЫЕ.

3.1. Начните обучать своей теме Вашу целевую аудиторию – вживую или через интернет (вебкастами). Обученный за свои деньги клиент намного больше и чаще покупает.

3.2. Запустите автоматическую еженедельную email-рассылку только для своих клиентов (постоянный контакт)

3.3. Создайте физическое newsletter, которое Вы сможете распространять каждый месяц через своих клиентов

3.4. Пошлите неожиданный подарок сразу после покупки тем, кто у Вас что-то купил. Вас запомнят и к Вам вернуться.

3.5. Давайте своим клиентам необъявленные бонусы. Как по теме (аудио, видео, книги), так и не по теме (конфеты и сладости, призы, розыгрыши). Зачастую нетематические бонусы намного лучше работают.

3.6. Посылайте своим клиентам новых клиентов. Если Вы увеличите бизнес Ваших клиентов (или сильно постараетесь это сделать) – они в ответ увеличат Ваш.

3.7. Получите кучу положительных отзывов от Ваших клиентов. Дайте свой отзыв своим лучшим клиентам.

3.11. И самое главное: постоянно превосходите ожидания Ваших клиентов.

23. Мой идеальный клиент

Идеальный клиент для каждого разный. Одним достаточно, чтобы им вовремя платили и особо не дергали по пустякам, другим – чтобы проекты были интересными, третьим – чтобы их вообще не было...

Одна из рамок идеального клиента автора выглядит вот как:

- 1) Уважающий меня, мои знания и навыки, и мое время профессионал своего дела;
- 2) Который сам уже очень успешный в своей области, постоянно развивается и хочет быть еще более успешным;
- 3) Который может делать (и делает) все сам, без моей помощи, но уверен, что сможет получить намного лучший результат в более короткие сроки именно с моей помощью;
- 4) Постоянно вкладывает деньги и время в свое образование и экспертизу других людей;
- 5) И которому постоянно не хватает времени.

24. 7 признаков самых проблемных клиентов

Итак, рассмотрим 7 признаков самых проблемных клиентов:

1. Личный конфликт. Если потенциальный клиент наступает Вам на больные мозоли ДО того, как Вы будете с ним постоянно работать – это первый признак того, что Ваши отношения не изменятся к лучшему.

2. Ограничения по контракту. Обычно, если клиент жестко настаивает на подписании NDA (Non-Disclosure Agreement), это будет первым признаком послать его лесом. Ни за какие деньги нельзя ограничивать уровень и категории проектов, в которых Вы сможете участвовать в ближайшем будущем.

3. Конфликт интересов. Обычно, если к Вам в клиенты напрашивается прямой конкурент Вашего существующего клиента и задает уйму вопросов по своему конкуренту – это прямой знак не подписывать контракт.

4. Проект вне уровня «гуру». Если проект по своей сложности или категории находится вне Вашего уровня – не беритесь за него. Поднять свою планку – отличная идея. Только не в случае, когда планка полностью переносится в другое место.

5. Клиент не исполняет свои обещания. Если в самом начале Ваших отношений клиент пытается «отжать» лишнюю тысячу или заплатить позже, чем договаривались – что же будет тогда, когда Ваш совет будет ему уже не так необходим?

6. Клиент-Всезнайка. Когда клиент нанимает Вас сделать для него какую-либо работу, он должен уважать Ваше мнение, ценить его и действовать так, как было предписано.

7. Сильная нехватка времени. Если Вы беретесь за проект, заранее зная, что сильно пролетите по срокам – за него не стоило браться с самого начала. Убить свою репутацию занимает намного меньше времени, чем ее заработать.

25. 12 самых критических ошибок в консалтинге

1. Продажа своих услуг всем желающим
2. Повышенная значимость отказов потенциальных клиентов
3. Установка цен на свои сервисы в зависимости от количества, потраченного на проект времени
4. Плохие навыки продаж
5. Недостаток роста уровня консультанта
6. Обучение у теоретиков
7. Отсутствие внутренних бизнес#процессов
8. Отсутствие контроля за действиями клиента
9. «Зашоривание» консультанта
10. Торговля с клиентом за стоимость выполняемого проекта
11. Плохое финансовое планирование
12. Плохое планирование своего времени и своей жизни в целом.

26. Основы коучинга

Коучинг – это одно из трех важнейших направлений в инфобизнесе. Без личной работы с клиентами, то есть без того, чтобы взять человека 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 области.

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.