

повсюду: забыл встретить тренера, проспал тренинг, не собрал аудиторию для спикера — все это, к сожалению, встречается нередко. А ведь хорошая организация — половина успеха. Если тренер видит, что вы знаете толк в своем деле, то непременно порекомендует вас и другим.

Как найти подходящего тренера

У каждого владельца тренингового центра должно быть два актива: договоренности с тренерами и клиентская база. Что из этого важнее, сказать сложно: в инфобизнесе более значима база, в организации открытых ивентов — и то и другое. Если же вы планируете организовать личные тренинги, то на первом плане окажется именно база, в которую войдут приезжие тренеры.

Как же найти такого активного тренера, с которым вы хотели бы работать? Если вы живете не в столице, то разумнее всего будет приглашать московских тренеров. Говорят, что в мегаполисе спикеры более опытные и квалифицированные. В действительности так и есть. В столице бизнес развивается активнее, приглашенного тренера из Москвы легче всего продавать. Если же вы житель мегаполиса, подумайте, может, стоит искать тренеров за рубежом?

Ключевой момент в организации мероприятий — выбор спикера. Личность тренера и тема должны быть вам интересны — это очень важно, так как азарт подстегивает. В первую очередь необходимо найти тему, которая была бы интересна именно вам. Если вы сами вовлечены в определенную нишу, проще будет заинтересовать в тренинге потенциальных клиентов. Свой интерес вы с легкостью передадите окружающим.

Для начала составьте список десятки тренеров, которые вам больше всего интересны — в вашей нише или просто из любопытства. Но не спешите с приглашениями:

- изучите опыт работы с ними других организаторов;
- найдите отзывы об уже прошедших у них тренингах;
- поговорите с другими ивент-менеджерами, может, они подскажут что-то интересное.

Я всегда говорю: дружите с коллегами, делитесь информацией — это поможет избежать одних и тех же ошибок.

Конечно, важна популярность тренера. Проще будет продавать медийную фигуру, чем никому неизвестного, хотя и столичного, мастера. Если спикер

сделал себе имя, как, например, Игорь Манн, Александр Васильев, Радислав Гандапас, Александр Левитас, — это уже хорошо, значит, он продаваемый, в идеале только с такими и нужно работать.

Критерием выбора служит популярность тренера, которую можно отследить по количеству запросов в Яндексе и других поисковых системах. К примеру, Леонид Парфенов — политик, телеведущий, запросы в Яндексе составляют 1 миллион. Владимир Соловьев — и журналист, и телеведущий, и общественный деятель — тоже довольно популярная персона.

Первое время, когда я писал звездам, мне не отвечали. Например, автору «The телки» и «Dyxless» Сергею Минаеву, Наталье Правдиной. Бывало и такое, что в ответ просто нецензурно посылали. Иногда люди отвечают неадекватно, такое тоже не исключено. У человека может быть плохое настроение, или он не понимает, кто ему пишет, поэтому не стоит отчаиваться, можно и нужно написать спикеру еще раз.

Как правильно собирать информацию о тренере

Итак, вы определились с интересующей вас темой и нашли лучшего тренера. Теперь необходимо

приступить к начальному этапу организации — сбору информации о тренере:

- проанализировать, насколько человек популярен не только в Интернете, но и в реальной жизни, поэтому опрашивайте своих знакомых, используя их в качестве целевой аудитории;
- узнать творческую, профессиональную и личную биографию человека, которого хотите пригласить;
- выяснить, в каких городах он выступал и как прошли семинары: сумму гонорара, цену билетов, количество участников, отзывы и т. п. (фактическая информация есть в Интернете, с предыдущими организаторами тоже всегда можно найти общий язык, пообещав им комиссию в размере 5 % от общей прибыли, — от денег никто не отказывается).

Бизнес-тренинг, или Тренинг личностного роста

Что касается тематики будущих семинаров, вопросы, которые волнуют людей независимо от пола, социального статуса и местожительства, —

это секс и деньги. Поэтому рекомендую изучить творчество популярных авторов, которые пишут книги о бизнесе и межличностных отношениях, например Натальи Грэйс, Игоря Манна, Сергея Азимова и др.

Я уже точно могу сказать, что проще всего работа строится с мастерами, которые занимаются бизнес-тренингами, а не тренингами личностного роста. У бизнесменов структура работы выстроена четко и, как правило, имеется собственная команда, которая поможет вам в организации работы. Если в команде есть маркетологи или менеджер по ивентам, то они с удовольствием поделятся с вами опытом: подскажут, как проще собрать аудиторию для тренинга, как лучше продавать сам тренинг. Профессионалы передадут вам все публикации тренера, попросят его записать видеоприглашение именно на ваш тренинг или предоставят информационный баннер для размещения на своем и вашем интернет-ресурсах. Это, пожалуй, лучший из вариантов. Но так складывается не всегда.

Если вам больше интересны тренинги личностного роста, занимайтесь именно ими. В продвижении такого тренера хорошо работают видеоматериалы: обращение самого спикера, отзывы тех, кто уже прошел обучение. Обязательно исполь-

зуйте письменные подтверждения достижений спикера: сертификаты, дипломы — все это только прибавит доверия.



Как договариваться с тренером о работе: технические вопросы

После того как выбор сделан, нужно связаться со спикером или его менеджером. Найти контакты тренера, как правило, не составляет труда. У всех профессионалов есть собственные веб-сайты, персональные страницы ВКонтакте и Фейсбук. Если вы выбрали конкретного тренера, то смело можете искать данные на его странице. Если же вы определились только с нишей — Интернет вам в помощь.

У новичков всегда есть опасения, что именитые тренеры не будут с ними работать. Я открою вам секрет. Для того чтобы договориться с любым тренером, надо задать всего лишь три вопроса. Есть три темы, которые покажут вас как профессионала своего дела:

- гонорар;
- райдер (перечень условий и требований, предъявляемых к организаторам выступлений);
- свободные даты.

Сначала обсуждаем гонорар. Это самая важная финансовая составляющая организации мероприятия. Необходимо сразу определиться с фор-

мой оплаты мероприятия: работа тренера может оплачиваться фиксированной суммой либо процентом от прибыли.

Как произвести впечатление на спикера: важные мелочи, которыми нельзя пренебрегать

Впечатление спикера о вас как об организаторе складывается не только из выплаты гонорара и соблюдения условий райдера. Чтобы тренер захотел работать с вами эксклюзивно, необходимо правильно выстроить с ним человеческие отношения.

На что стоит обращать внимание при общении со спикером, тренером, которого вы приглашаете?

- Деньги. Старайтесь как можно раньше закрывать все финансовые вопросы. Добросовестное исполнение обещаний по гонорару — это первое, на что тренер обратит внимание в работе с вами. Если он просит предоплату, соглашайтесь и совершайте ее в назначенный срок. Всегда строго выполняйте условия финансовых договоренностей. Лучше всего будет часть гонорара перевести заранее по безналичному