

## Тренинги для менеджеров

Работа менеджера напоминает бег с препятствиями: нужно обойти конкурентов, преодолеть заслон из заботливых секретарей и равнодушных маркетологов, чтобы добраться до настоящего клиента, дать отпор возражениям и, придя к финишу в намеченный срок, поставить новый рекорд, от которого напрямую будет зависеть вознаграждение.

Наверное, каждый начальник хочет, чтобы его подчиненные работали именно так. Но не каждый понимает, что для этого нужно. А нужны, если продолжать аналогию со спортом, — тренировки.

Действительно, если вспомнить, как в некрупных компаниях нанимают менеджеров низшего и даже среднего звена (как правило, по принципу «лучше так, чем никак»), становится понятным, что их последующее обучение — дело необходимое.

Конечно, речь не о конкретных знаниях. Если организации требуется бухгалтер, понятно, каким он должен быть, а если менеджер по продажам или по кадрам? «Коммуникабельный и стрессоустойчивый». А точнее?

Часто даже люди с высшим образованием не имеют практических навыков, которые каждый день требуются на работе. У кого, к примеру, был в университете спецкурс по проведению телефонных переговоров?

Многие руководители считают, что всему можно научиться в процессе работы, однако же, это не так. Даже если в компании есть человек, у которого можно поучиться, то у этого человека, наверняка, нет ни времени, ни желания быть бесплатным бизнес-тренером. А надеяться на телепатические способности нового сотрудника — занятие неблагодарное.

Поэтому лучшим выходом представляется отправка новичка на тренинг. Однако с этим не стоит торопиться, так как на учебу следует приходиться с определенной целью, новоявленный менеджер должен на своей шкуре прочувствовать, каких умений и навыков ему не хватает. Кстати, начальнику не мешает поинтересоваться мнением «казачка», которого он собирается заслать, относительно того или иного тренинга, и вместе с ним подумать, куда отправлять и зачем, а уж потом, как говорится, самостоятельно принять единственно верное решение.

Существует несколько классификаций тренингов. Прежде всего нужно определиться: отправить одного или нескольких сотрудников на открытый тренинг или заказать корпоративный. Особенность первого в том, что участвуют в нем представители разных компаний. Таким образом, существуют некоторые преимущества перед корпоративным «спецзаказом». А именно: повышается лояльность ваших сотрудников, их способность находить общий язык не только с теми, кто им нравится, а со всеми, с кем свела судьба, происходит обмен опытом, возможно даже открываются перспективы заключения сделок, к тому же вы получаете информацию о конкурентах, правда, они о вас — тоже. Существенным минусом является то, что график проведения тренинга планируется организаторами, и занятия по каждой теме идут в пределах одной школы только несколько раз в год, начинаются определенного числа или тогда, когда набрано необходимое количество участников.

Корпоративный тренинг хорош тем, что может и должен быть адаптирован к специфике именно вашего бизнеса: менеджеры, прошедшие курс, не столкнутся с проблемой внедрения новых методов в коллективе; сотрудники компании становятся настоящей командой. Минусы, кажется, только в том, что менеджеры разных уровней, возможно, даже во время тренинга не смогут действовать на равных или же наоборот — субординация будет нарушена и ее придется потом восстанавливать.

Тренинги группируются также по целевой аудитории: для руководителей, коллективов, менеджеров по персоналу, продажам, рекламе, страхованию, а также подходящие для всех категорий сотрудников.

Наибольшим спросом, по понятным причинам, пользуются тренинги продаж. Разнообразие предложений в этой категории теоретически способно восполнить любые пробелы в образовании и воспитании менеджеров. Судите по названиям: от общих формулировок — «Тренинг продаж», «Управление продажами», «Профессиональная продажа», «Психология продаж», «Эффективное обслуживание клиентов» — до более

конкретных — «Технологии презентации товара», «Искусство личных продаж», «Эффективная работа с клиентом по телефону», «Работа с возражениями», «Техника получения дорогих заказов», «Технология выявления и формирования потребностей».

Средняя продолжительность любого тренинга от 8 до 16 часов (1-2 дня), поэтому надо заранее подумать, какой объем информации может усвоить за это время конкретный участник. Например, менеджеру, имеющему определенный опыт, подойдет насыщенный курс: мозг будет «цепляться» за все новое, «впитывать» варианты разрешений проблемных ситуаций, которые реально возникали в повседневной практике и вызывали затруднения. Соответственно, выбирая тренинг, важно учитывать для каких целей вы отправляете на него своего сотрудника. Допустим, если требуется подкорректировать определенные аспекты работы сотрудника, подойдет узконаправленный тренинг.

Еще пример: талантливый агент по продажам разговаривает с клиентами о чем угодно, только не о продукте. И в этом есть свой резон: клиент не чувствует давления и покупает, якобы руководствуясь своей ничем не замутненной волей, — это иллюзия выбора. Действительно, продажи идут, бизнес развивается, и всем, вроде бы, хорошо. А теперь представьте, что талантливый сотрудник уволился. Куда же делись ваши «постоянные клиенты»? Выясняется, что они покупали не продукт и даже не результат его использования — они покупали возможность общения с приятным собеседником, а оплата товара была благодарностью за отзывчивость. Чтобы предотвратить ситуацию, когда клиенты уходят вслед за менеджером, как дети за Крысоловом из Гаммельна, отправьте своего «психолога» на тренинг, обучающий искусству презентации товара.

Или другая ситуация: все идет хорошо, пока клиент не выразит минимального сомнения в необходимости приобретать то, что ему так настойчиво (или наоборот деликатно) предлагают. После этого мы имеем в наличии растерянного, раздраженного и упавшего духом менеджера и непроданный товар. Тренинг «Работа с возражениями» обещает исключить подобные ситуации в будущем. А вот менеджер, освоивший технологию работы с проблемным клиентом, — это настоящий асс, и если есть хотя бы один такой человек в организации — это уже залог кое-какого успеха.

Выбирая тренинг в той или иной бизнес-школе, поинтересуйтесь количеством участников. Лучше, если оно будет определено заранее и достаточно строго. Потому что смысл тренинга состоит именно в его практической направленности: для выработки умений используются упражнения, часть из которых выполняется в паре, часть — в мини-группах. Важно, чтобы все участники активно действовали.

Также можно поучаствовать в семинаре: эта форма дает знания, перекладывая выработку умений на страх и совесть обучаемого. Например, интересный курс «Искусство личных продаж» «Школы Лидера» Международного центра дистанционного обучения «Байкал-Линк» за 18 часов дает представление о шестиступенчатом процессе сделки (по 3 часа на этап). Однако описание всех этапов позволяет понять, что в реальности пройти этот процесс можно, пожалуй, только за несколько лет, поскольку он включает: постановку голоса и речи, разработку образа товара, и его презентацию, применение различных психотехник, изучение невербальной коммуникации — азбуки жестов. А это — большой образовательный комплекс, который реализуется в ВУЗах на факультетах маркетинга и рекламы, психологии, филологии, актерского мастерства.

Менеджеру по страхованию требуются все те же умения и навыки, что и менеджеру по продажам, разница лишь в продукте, который изначально конкретизирован.

Рынок дополнительных образовательных программ для менеджеров по маркетингу, рекламе и PR тоже можно оценить как достаточно насыщенный. Как и в случае с продажами, здесь представлены тренинги, вырабатывающие общие умения, — «Основы маркетинга и рекламы», «Рекламные кампании и акции Public Relations» — и более конкретные — «Планирование в рекламе», «Как улучшить маркетинг в компании за 8 часов». Помимо всего прочего, имеется даже семинар по «партизанскому маркетингу».

Тренинги и семинары для коллективов направлены на создание профессионально работающей команды: «Технологии построения и сохранения работоспособности команд», «Конфликты как ресурсы постановки новых целей и их достижения», «Командная эффективность: причины потери времени и сил, поиск «зон неэффективности», «Развитие участников команд: ролевые статусы и возможности роста».

Программы для HR-менеджеров разнообразием не отличаются — в основном, конечно, «Технология приема на работу», но существует и «Построение фирменной системы мотивации персонала». Популярны тренинги для самих руководителей: «Психология менеджмента» и предельно конкретные «Управление розницей», «Построение дилерской сети», «Управление отделом продаж».

И, наконец, тренинги, которые будут полезны всем категориям менеджеров, — это «Тайм-менеджмент», тренинг личностного роста «Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта — EQ», «Культура письменной речи делового человека», «Искусство публичного выступления», «Стресс-менеджмент» и «Суперпамять». Стоит отметить, что цена на участие в открытом тренинге колеблется от 3500 до 9900 рублей с человека.

Тренируйтесь! И помните, что деньги, вложенные в образование, никогда не могут считаться потерянными.

## Ежемесячный деловой журнал «Правила игры. Сибирь» №6

Автор: Автор: Наталья Камышан © Babr24.com ЭКОНОМИКА, МИР 👁 3761 21.11.2008, 13:54 📄 164

URL: <https://babr24.com/?ADE=48829> Bytes: 9259 / 9252 Версия для печати

👍 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

*Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:*

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

*Связаться с редакцией Бабра:*

[newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

### НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24\\_link\\_bot](#)

Эл.почта: [newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

### ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: [bratska.net.net@gmail.com](mailto:bratska.net.net@gmail.com)

### КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [bur.babr@gmail.com](mailto:bur.babr@gmail.com)

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [irkbabr24@gmail.com](mailto:irkbabr24@gmail.com)

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [krsyar.babr@gmail.com](mailto:krsyar.babr@gmail.com)

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [nsk.babr@gmail.com](mailto:nsk.babr@gmail.com)

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [tomsk.babr@gmail.com](mailto:tomsk.babr@gmail.com)

[Прислать свою новость](#)

### ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot\\_bot](#)

эл.почта: [equatoria@gmail.com](mailto:equatoria@gmail.com)

#### **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:**

---

эл.почта: [babrmarket@gmail.com](mailto:babrmarket@gmail.com)

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)