**Искусство продаж услуги коучинг**

Оксана Самарина

Как клиенты выбирают коучей? Самая лучшая реклама - это рекомендация кого-либо из знакомых, кто уже воспользоваться услугами профессионального коуча. Немаловажное значение имеют такие факторы как специализация коуча и его профессиональный опыт.

Начиная свою практику, многие коучи не совсем ясно представляют себе:

1. Портрет своего клиента, т.е. кто этот человек, с которым хотелось бы работать (пол, возраст, с какими задачами, качествами, интересами и т.д.);

2. Почему он хочет посвятить себя именно коучинговой практике и как изменится его жизнь, в связи с этим;

3. Каким образом его работа, как коуча окажет позитивное влияние на людей и как он сможет способствовать достижению успеха клиентов;

4. Необходимость постоянного самосовершенствования и оттачивания своего мастерства а так же получения дополнительного образования и развития;

5. Насколько он готов заниматься коучингом как бизнесом. Сколько хотел бы зарабатывать практикуя коучинг и каков будет его рабочий график. Насколько ясна для него стратегия продвижения на рынке коучинга;

О 5-м пункте более подробно.

Наверняка, многие из вас согласятся с тем, что продажи нематериальных продуктов, являются весьма трудоемкими и требуют особого искусства. Здесь есть некоторый секрет: продать нужно не только услугу, продать нужно себя, как профессионала. Даже самый требовательный клиент положительно оценит в коуче общий позитивный настрой, стремление к конструктивному диалогу и сотрудничеству, способность четко описать выгоды от сотрудничества с коучем, а так же его профессионализм.

Каждый коуч, особенно в начале своей практики задумывается о стоимости предлагаемых услуг. Вполне нормально, что самые первые коуч-сессии могут быть бесплатными, но в дальнейшем вопрос ценообразования продукта - весьма важен. Известны средние цены оплаты услуг коуча, в среднем они составляют от 100 до 500 $. Кроме этого на расценки влияют такие факторы как самооценка коуча и его опыт.

Немаловажно знание и понимание способов продвижения такой непростой услуги как коучинг. Это может быть создание портфолио, членство в профессиональных сообществах, публикации статей и обзоров, создание персональной веб страницы, проведение презентаций и недорогих демо сессий, участие в выставках и семинарах, создание и распространение коммерческих предложений и многое другое.

Наиболее простой путь становления коуча - это работа в компании, где предоставляется возможность практиковать как индивидуальный коучинг, так и коучинг в тренинге. Соответственно, в данном случае сотрудник проходит обучение по Программе "Коуч" по собственной инициативе или в связи с потребностью организации. В этом случае, вопросы "Где найти клиента?" и "Как продать коучинг?" - не так существенны. Это великолепная возможность для практики.

Предпринимателю- коучу, требуется больше усилий для начала своей собственной успешной практики. Получение блестящего образования в области коучинге вовсе не означает для него столь же блестящей практики. И здесь вопрос "Где искать клиентов?" - становится наиболее важным. Ведь на самом деле, нужно быть не только квалифицированным специалистом - коучем, но и продавцом, маркетологом, специалистом по рекламе, организатором, бухгалтером и т.д.

Прежде чем вы подойдете к моменту, когда ваши услуги раскуплены на несколько месяцев вперед, надо будет проделать серьезную, ежедневную работу.

Что для этого потребуется:

1. Разработка четкого план действий по продвижению бренда "Я - Коуч";

2. РЕАЛИЗАЦИЯ плана;

3. Поддержка вашего окружения (родственников, друзей, единомышленников). Очень хорошо, если у вас есть свой собственный коуч!