

Содержание

От авторов	6
История Андрея Парабеллума	6
История Валерия Морозова	9
Блок 1. Создание продукта	11
Организатор и тренер	14
Как найти подходящего тренера	23
Как правильно собирать информацию о тренере	25
Бизнес-тренинг, или тренинг личностного роста	26
Как договариваться с тренером о работе: технические вопросы	29
Как произвести впечатление на спикера: важные мелочи, которыми нельзя пренебрегать	30
Как лучше всего оплачивать работу спикера и почему	33
Как сбить гонорар тренера	35
Другие способы заработать на тренере	35
Зачем подписывать договор со спикером	37
Как выбрать помещение для семинара	38
Ваши клиенты и партнеры	39
Вы и ваша команда	46
Блок 2. Продвижение мероприятия	55
Как писать продающий рекламный текст	57
Как научиться писать цепляющие заголовки	58
Как стоит обращаться к клиенту в письме	59
Технологии составления текстов	63
Как выбрать площадку для размещения анонса	65

Как сделать продающий сайт	67
Какие площадки стоит выбрать в социальных сетях	69
Как сделать афишу тренинга и другие продающие графические материалы	71
Баш на баш: что дают вам информационные партнеры, или Как сделать рекламу бесплатно	73
Как продуктивно работать с информационными партнерами	77
Что такое партнерский или спонсорский пакет.	78
Как и с кем решать вопросы информационного сотрудничества.	80
Чем вам помогут агенты, а также прочие идеи для продвижения	82

Блок 3. Учимся продавать продукт 85

Что должно быть готово для начала продаж.	87
Что такое подписная база клиентов и как ее собирать	89
Что такое «воронка продаж»	90
Информационные и базовые партнеры по продажам	91
Какие методы продаж лучше использовать.	93
Что такое «продажи со сцены».	94
Когда лучше использовать холодные звонки	95
Где взять хорошую базу для холодных звонков.	96
Как правильно и продуктивно общаться с главами компаний	97
Как продавать тренинги на вебинарах.	98
Как готовиться к вебинарам и как их продвигать	100
Как организовать онлайн-трансляцию вебинара.	102
Что такое «модель водопада» и как она поможет в продажах.	103
Что такое «вип-день» и как его продать за максимальную цену	104
Как использовать «Выгоду» с выгодой?	106
Как сделать из ваших клиентов постоянных подписчиков	107
Как правильно составить и организовать рассылку для подписчиков	109
Как стимулировать людей покупать билеты заранее	111

Как ускорить продажи	112
Как мотивировать партнеров продавать ваш тренинг	114
Несколько слов о пользе бонусов и акций	115
Блок 4. День «X»: организация на месте	117
Как сделать так, чтобы тренер остался вами доволен	120
Важные мелочи, которые позволят вам представить себя как хорошего организатора	121
Как правильно организовать регистрацию участников семинара	123
Что должно входить в стандартный пакет участника	124
Несколько советов по организации питания, кофе-брейков и перерывов	125
Как успешно продавать аудио- и видеоматериалы тренера	127
Другой вариант организовать ритейл	129
Несколько полезных советов по завершению мероприятия	130
Блок 5. Постпиар, или Как правильно завершить мероприятие	133
Как написать удачный пострелиз	136
Как правильно работать с фотоотчетом	137
Что нужно включить в видеоотчет	139
Еще несколько идей для успешного завершения мероприятия	140
Пара важных технических моментов: аналитический и финансовый отчеты	141
Заключение	144
Отзывы	145
Отзывы учеников	145
Отзыв от спикера	157