

«**Кот в мешке**». **Актуальность.** Есть такое упражнения, используемое в тренингах продаж: участникам дается некий закрытый пакет с неизвестным содержимым и предлагается продать ЭТО другому участнику.

И так по цепочке. Открывать пакет, смотреть самому или показывать «Покупателю» нельзя, продаем, что называется, «кота в мешке».

В обсуждении упражнения, которое можно провести по-разному, обязательно всплывает трудность или даже невозможность цивилизованной продажи покупателю неизвестного продукта: не знаешь, как выстраивать стратегию продажи, нет собственной уверенности в продукте, сразу сталкиваешься с огромным сопротивлением клиента, не хватает информации для преодоления возражений. Это показывает, что **первый шаг в продаже – полноценное знание предложения своей компании**, с которым ты выходишь к клиенту: характеристики продукта/услуги, ассортимент, ценовая политика, конкурентные преимущества, уникальные возможности и др.

Обучение сотрудников компании основным характеристикам и специфике продукции особенно важно в таких отраслях как IT-продукты, бытовая и прочая техника, профессиональное оборудование, услуги; торговля, предполагающая огромный ассортимент товара и выбор среди множества брендов (например, строительные и отделочные материалы, бытовая химия и косметика), внедрение на рынок новых продуктов и технологий, эксклюзивные технологии. Как мы видим, список довольно большой.

Так или иначе, обучение продукции происходит в компании всегда, вопрос лишь в том, каким образом и насколько эффективно сегодня обучают компании своих сотрудников, клиентов, дилеров. Из целого ряда вопросов, относящихся к этой области, остановимся лишь на вопросе **качественной подготовки специалистов по обучению продукции/услугам компании, т.е. ТРЕНЕРОВ ПО ПРОДУКТУ**, или «преподавателей по продукции», как их называют в некоторых организациях.

2 типичные ошибки в обучении тренеров по продукту.

Что сегодня предлагает для обучения тренеров по продукту рынок T&D услуг и какие возможности есть у компаний? Как правило, это по-прежнему **универсальная тренерская подготовка – «тренинг тренеров»**, что называется, на все случаи жизни.

Имея большую практику обучения тренеров, как в открытом, так и в корпоративном формате, можем сразу обозначить «издержки» такой подготовки в отношении обучения тренеров по продукту. Тренинг тренеров дает прекрасные возможности роста (личного и профессионального), открывает много нового и интересного.

Но! Универсальный тренинг тренеров в большинстве случаев не дает методiku построения учебных занятий, посвященных продукции, (применить «цикл Колба» и другие методы навыкового обучения на занятиях по продукции, например, с полсотней людей, проблематично); не делает акцента на ключевых навыках презентации, работе тренера с большими (50, 100 и более человек) и малыми группами (1 - 2 участника). Есть еще одно существенное отличие в работе Тренера по продукту: основным объектом в учебном процессе здесь выступают ЗНАНИЯ, в то время как бизнес-тренер уделяет больше внимания НАВЫКАМ участников группы.

Часто тренер по продукту возвращается после тренинга тренеров в свою компанию, которая направила его на обучение, «окрыленным» и «продвинутым», но, к сожалению, с небольшим количеством профессиональных инструментов, применимым именно к его работе. Как результат, у «обученного» тренера повисает вопрос: «Как я это все применю?»

У меня-то занятия совсем другие...». Вот и бытует среди тренеров мнение, что занятия по продукции, - скучная, не интересная, «не тренерская» работа. А ведь это не так!

Как специалист с большим опытом подготовки профессиональных лекторов, ведущих семинаров, преподавателей по продукции, скажу: работа с аудиторией, процесс освоения новых знаний, формирование не только представлений, но и отношения к изучаемому предмету, - это увлекательный, динамичный, яркий процесс. В котором, конечно же, есть свои профессиональные технологии.

Еще один путь, по которому идут сегодня компании-заказчики в обучении product-тренеров: **тренинги презентационных навыков**. Одна из руководителей крупной компании прямо обратилась ко мне с вопросом: «Все говорят, что для тренеров по продукции самыми важными являются навыки презентации. Тренинг эффективной презентации короче по времени, стоит намного дешевле тренинга для тренеров по продукту. В чем разница?»

А разница действительно существенная. Профессиональные задачи и ответственность тренера иная и большая, чем у презентатора: усвоение участниками знаний, которые составляют основу их профессиональной эффективности.

Хорошая презентация привлекает внимание, вызывает интерес, и, даже желание приобщиться к тому, что представляют, продвигает к продаже. Это, несомненно, часть работы тренера по продукту.

Но лишь часть, поскольку чтобы добиться конечного результата – грамотного применения знаний по продукции в работе, тренеру нужно эти знания не просто преподнести, а сформировать, закрепить и проверить. При этом зачастую результаты тестирования знаний продукции/услуг являются «пропуском» для начала работы специалиста с клиентами компании.

Следовательно, тренеру важно уметь методически грамотно разработать и организовать оценочную процедуру. Это особые навыки и компетенции тренера по продукту.

Таким образом, оба существующих способа обучения тренеров по продукту – тренинг тренеров и тренинг презентационных навыков, имеют свои серьезные издержки, поскольку изначально не «заточены» под целевую аудиторию преподавателей по продукции.

Основные аспекты в подготовке Тренеров по продукту.

Профессиональные задачи Тренера по продукту зачастую формулируются обобщенно: дать знания, дать информацию о ... Работа тренера в области обучения продукции будет действительно эффективной, если задачи формулировать, отталкиваясь от практики дальнейшей работы специалистов, которых мы обучаем. Как нам это видится.

1. Знания = Ценности, приоритеты. Важно не просто снабдить участника информацией о продукте, а сформировать в его сознании ценность этого продукта, представление о его уникальности, которое он затем будет транслировать своим клиентам.

Пример: продавец-консультант одного из магазинов, торгующей бытовой техникой ежедневно предлагает по несколько различных марок электроприборов. Какая марка из этого ряда в его личном представлении занимает «number one»? - Пространство для работы тренера-компании поставщика.

2. Язык Клиента. Обучение продукции не уроки высшей математики для посвященных.

Чтобы Ваши участники могли успешно применять полученные знания, важно доносить их на языке клиента, т.е. доступно и понятно для любого человека. Уметь провести простую аналогию сложного устройства со знакомыми предметами, привести яркую метафору, сделать короткое резюме и «на пальцах» показать основные отличия и преимущества. Как известно, «Ученик копирует Учителя», а, значит, тренеру по продукту важно владеть профессиональным и бытовым языком, ориентироваться на клиентов компании.

3. Обработка информации, структура. Каким бы ни был продукт или услуги Вашей компании, Вы всегда сталкиваетесь с проблемой: сколько информации дать участникам на занятии, какую, чтобы освоение было успешным; как структурировать и как представить знания в различных методических пособиях.

Вопрос важный и обсуждается, как правило, с руководством. Но именно тренер решает его постоянно с каждой группой. Какая структура самого занятия позволяет эффективно отработать информационный материал?

Как мы уже упомянули, известный тренерам «Цикл Д.Колба» в большинстве случаев не

подходит для проведения информационных занятий. Чтобы получить устойчивый результат, тренинг по продукту должен содержать 4 основные части:

- вводную часть: установление контакта с аудиторией, включение в тему, постановка задач и планирование работы;
- информационную часть: представление необходимой информации;
- закрепляющую часть: вопросы, задания, упражнения на закрепление полученных участниками знаний, ответы на вопросы участников;
- оценочная часть: тестирование результатов – важная обратная связь, как для тренера, так и для участников обучения.

4. Ключевые навыки Тренера по продукту – те, которым нужно уделять больше внимания и в процессе подготовки тренеров и на этапе подбора специалиста на эту работу. Сразу оговоримся, что отличные знания предмета обучения, т.е. продукции/услуг компании, мы подразумеваем как первое и обязательное условие, подробно на нем не останавливаемся, делая акцент именно на «тренерских» навыках.

Во-первых, конечно, навыки презентации – ярко, доступно, структурировано доносить информацию до каждого участника. Навыки публичного выступления и работы с различными по численности аудиториями: управление вниманием участников; взаимодействие с аудиторией, ответы на вопросы и управление дискуссией; вербальные и невербальные компоненты выступления; структура речи.

Методические навыки: анализ и систематизации информации по теме, подготовка опорных материалов, разработка слайдов, проверочных заданий, тестов для участников. Программа обучения, сфокусированная на развитии именно этих тренерских навыков, значительно короче по времени, при этом эффективнее обычного тренинга тренеров в отношении задач подготовки тренеров по продукту.

В завершении. Мы затронули лишь несколько наиболее острых вопросов подготовки тренеров по продукту. Нам представляется важной задача разработки и продвижения специализированных программ, полностью сфокусированных на ключевых навыках, профессиональных задачах и специфике работы тренера/преподавателя по продукту. Это увеличивает возможности заказчиков обучения, повышает эффективность продуктового обучения в компаниях и способствует профессиональному развитию и продвижению такой тренерской специальности, как ТРЕНЕР ПО ПРОДУКТУ.

Материал был впервые опубликован на Trainings.ru

Автор статьи: Галина Елисеева – бизнес-тренер, к.п.н., директор Центра подготовки бизнес-тренеров «ТренерПРОФИ», автор и ведущая программы «Тренер по продукту»
<http://www.t-profy.ru>