



# КАК УСТРОЕНА ТРЕНИНГОВАЯ ИНДУСТРИЯ

## И стоит ли с ней дружить?

Нет однозначного стандарта, который бы отвечал на вопрос – кто такой «бизнес-тренер». Но рынок тренингов, вопреки и даже благодаря этому, существует.

Вокруг тренинговой тематики вьются целые полчища полугосударственных или западных организаций, которые с удовольствием вас «сертифицируют» и выдадут удостоверение, что вы являетесь хорошим тренером, но сертификат не будет гарантией качества вашей работы.

Петр ЛИПОВ,  
агентство «Текстерра»,  
<https://texterra.ru>



## Немного суровой правды о тренинговом рынке

### Три типа тренеров: откуда они выросли, зачем вам нужны и как кого-то из них выбрать

Не готовят бизнес-тренеров и российские вузы. Вы можете окончить педагогический или психологический вуз, но диплом с гордой записью «Бизнес-тренер» при всех ухищрениях не получите. Откуда же они берутся?

**ТИП ПЕРВЫЙ: бывший внутренний тренер какой-либо компании.** Как правило, вырастает из сейлзов. Продающие подразделения нуждаются в постоянных и интенсивных тренинговках, и поэтому компании стремятся не отдавать обучение продавцов на сторону: во-первых, получается слишком дорого, во-вторых, изнутри обучать корпоративным стандартам проще.

«Бывший внутренний тренер» – отличный вариант, когда вам надо научиться практическим вещам, например продажам или переговорам.

Мощный практический бэкграунд такого тренера будет залогом того, что в материалах тренинга воды будет мало, а «мяса» – много. Ценовая категория чаще средняя.

**ТИП ВТОРОЙ: тренеры из 90-х.** Те, кто был связан с научной средой (психологи), или те, кто в самом начале 90-х пришел к идее тренингов как бизнеса. Я намеренно объединяю их в одну категорию, хотя друг с другом они могут соотноситься, как лирики и физики, как специалисты по софту и специалисты по железу, ну и т.д. До сих пор на рынке успешного тренера из 90-х отличает широкий взгляд на любую проблему, детальное знание реалий бизнеса, хладнокровие и умеренный цинизм. Сюда можно отнести наиболее известных и раскрученных персонажей, чьи имена у всех на слуху. Ценовая категория – обычно дорого.

Кстати. Вопреки слухам, мифам и домыслам тренинговый рынок вовсе не является

**Корпоративный тренер – фигура сугубо**

**прагматичная, а иногда даже приземленная.**





**Универсальные солдаты только в Голливуде бывают.**

**Универсальные тренеры – наверное, тоже.**

таким взяткоемким, каким его представляют. Невероятно, но факт. Странно, если бы эксперты продаж не могли продать свои услуги компаниям без такого грубого инструмента, как чемодан с кэшем.

**ТИП ТРЕТИЙ: тренеры, которые изначально хотели стать тренерами.** Обычно в послужном списке – факультет психологии, сертификаты коучинговых ассоциаций, тренинги для тренеров и т.п. специфических регалий. Прежде чем учиться у такого тренера, хорошо бы сходить на его бесплатный двух-трехчасовой мастер-класс и лично оценить, насколько вам близки используемые технологии и подходы. Ценовая категория – средняя или выше средней.

Где же, спросите вы, начальная ценовая категория? Ведь не может быть рынка без нижнего ценового сегмента?

В этом и фокус! Бизнес-тренинг – удовольствие дорогое: участие в открытом двухднев-

ном тренинге обойдется в сумму от 20 000 до 40 000 рублей (это средняя температура по больнице). Один день корпоративного тренинга (куда вы пойдете скорее всего бесплатно) обойдется вашему работодателю в еще более круглую сумму – от 70 000 до 200 000 рублей. Это, конечно, не предел. С некоторой долей условности мы можем выделить нижний ценовой сегмент, но там будут:

- 1) узкоспециальные методически-академические программы для тренеров (строго говоря – это не тренинги);
- 2) программы, не имеющие отношения к бизнесу: холотропное дыхание, тантрический секс, «женские тренинги» в малоквалифицированном исполнении и т.п.;
- 3) все, что посвящено «лидерским программам» и «развитию бизнес-мышления». На п. 3 мы остановимся подробнее, но чуть ниже.

**Пока важно знать одно: вам туда не надо.**

Нет, надо, конечно, но не на тренинг, а на тренера. Выбирая программу, обращайтесь внимание на биографию ведущего. Обычно она доступна на сайте компании-провайдера. Мысленно определите принадлежность тренера к одному из описанных типов и подумайте: соответствует ли его опыт заявленной тематике?



Если матерый бизнесмен из ларечно-челночной эпохи учит вас работать с просроченной дебиторкой – это ок. Если вас этому учит спец по холотропному дыханию – задумайтесь.

Даже самые крутые тренеры редко работают сами по себе. Заботы по продаже и организации тренинга берут на себя провайдеры, с которыми сотрудничает тренер. Или же он открывает свое тренинговое агентство.

Если ФИО тренера ни о чем не говорит, выбирайте провайдера, который сотрудничает с серьезными тренерами.

## Отделяем мух от котлет

**В чем разница между тренингом, семинаром, шоу-программой и бизнес-шапито и почему все это – не образование**

Отдельной строкой: почему книга-тренинг – такой же бред, как веганская говядина.

Давайте немного разберемся в терминологии. Так вам будет гораздо проще сориентироваться в безграничном море предложений и понять, стоят ли они своих денег.

Что я называю тренингом в полном смысле этого слова? Это краткосрочное – обычно 2–3 дня – обучение каким-либо навыкам в группе. Ключевые слова – «навык» и «группа», а также «шеринг». Если нет группы – не образуется так называемая групповая динамика: процесс взаимодействия участников тренинга, без которого обучение откровенно теряет эффективность. Хороший тренер управляет групповой динамикой легко и незаметно. Участникам потом кажется, «что они сто лет знакомы». Она – условие качественной отработки навыка. В нормальной тренинговой группе не должно быть меньше 5–6 человек (иначе не пойдет групповая динамика) и больше 15–16 человек (иначе тренеру не хватит ресурсов на передачу навыка).

Тренинг – это формат, когда 12–13 человек под управлением одного-двух тренеров учатся чему-то практическому.

Участники отрабатывают элементы практики здесь же, в реальном времени. Мини-лекции тренер миксует с упражнениями, а в конце каждого блока и всего тренинга «шерит инсайты», то есть обобщает и систематизирует.

**Хотите сказать, что вон те, на галерке, реально чему-то здесь научатся?**





ет только что полученный опыт и сделанные выводы. Если в структуре тренинга этот этап (шеринг) отсутствует, можно диагностировать профнепригодность тренера. Ну и само мероприятие приобретает статус «собрались, поговорили, повеселились». Вы же должны выйти с тренинга, вооруженные готовыми скиллами и ясной инструкцией по их применению. Можно сразу в бой!

Теперь про веганскую говядину. Наверняка многие из вас сталкивались с такой прекрасной спекуляцией, как «книга-тренинг». Мол, читаешь мою книжку, выполняешь описанные там упражнения и – вуаля – становишься успешным, умным и востребованным. И идти куда не надо, и заплатишь всего каких-то 400–500 рублей вместо нескольких тысяч. Можно даже лежа на диване тренироваться – только упражнения не забудь сделать!

В силу всего вышесказанного такой метод мы, мягко говоря, не можем признать адекватным.

«Пройти тренинг» с помощью книжки у вас получится только в одном случае – если вы способны сгенерить в своей голове 7–8 не-

зависимых субличностей, разговаривать, спорить и соглашаться с ними. Но тогда надо посоветоваться еще с одним специалистом – ясно, с каким.

Близкое понятие «семинар» подразумевает совсем другой формат. На семинаре вы получаете знания в конкретной области. Что с ними потом делать – решаете сами. Это похоже на университетскую лекцию по узконаправленной теме. Ну, скажем, «Трудовые споры в связи с сокращением штата организации: правоприменительная практика судов Санкт-Петербурга». Лектор говорит и показывает слайды, вы записываете/снимаете слайды на айфон (что бесполезно, ибо вам потом пришлют всю презентацию в рассылке).

Больших и хороших провайдеров семинаров гораздо меньше, чем провайдеров тренингов: вероятно, из-за того, что пул экспертов в разных областях бизнеса, технологий и права сформировать сложнее.

Типичный семинар может длиться от нескольких часов (короткие программы, описывающие новшества налогового, граждан-



ского, трудового законодательства) до 5–6 дней. В этом формате, чем меньше народу (а набрать вполне могут и 40–50 человек), тем лучше: сможете детально расспросить лектора обо всем, что вас интересует. Разброс цен существенный: от пары тысяч рублей за несколько часов до 60–70 000 за 4–5 полноценных дней.

Любопытная ниша рынка – «образовательный туризм». Это когда сухую материю про «правоприменительную практику» вы постигаете не в родном СПб, а, например, в Дубае. Заплатив за это вместо 30–40 000 примерно 300–350 000 + стоимость авиабилетов. Предложат вам такое на работе – соглашайтесь обязательно! Это освежает и способствует хорошему усвоению материала.

Теперь самое интересное. Звезды нашей и западной тренинговой индустрии периодически проводят мероприятия, которые упорно именуют тренингами. Некоторые, правда, называют мастер-классами, и они ближе к истине.

Джон Шоул, Брайан Трейси, Радислав Гандапас и, внезапно, Ирина Хакамада – на то они и звезды, чтобы собирать стадионы. И они собирают.

Например, за 25 000 рублей вы получаете место на галерке 5-тысячного зала. За 35 000 рублей – место в одном из первых рядов. За 50 000 сможете пересечься со спикером-небожителем на обеде и, если повезет, задать ему пару вопросов. Как понимаете, это совсем не тренинг, а лекция с максимально широким охватом наиболее платежеспособной части ЦА. Одной из главных целей таких лекций является рост объема продаж продукции тренера – книг, ежедневников, софта. В принципе, поскольку навыки прямо в зале вы не прокачаете, можете не ходить: почитайте сразу книжку. Однако свои резоны в посещении таких тусовок есть, и о них я скажу чуть позже.

Наконец, о печальном. Извините за брюзжание. Падение интеллектуального уровня наших сограждан, доступность ИТ и общая рассеянность сознания (оно же – «клиповое мышление») стали отличной почвой для расцвета тренингового шарлатанства.

Как правило, шарлатаны копируют методы звезд: собрать стадион и солировать со сцены. Конечно, не забыв содрать со слушателей три шкуры.

Вдохновленные профитом и вниманием доверчивой аудитории, «20-летние ораторы с 30-летним опытом» освещают животрепещущие темы: как заработать за три месяца миллион долларов, как с нуля открыть нефтяной бизнес, почему плохо быть наемным работником и хорошо быть хоть каким-то, но предпринимателем. Периодически на сцену поднимаются адепты культа и рассказывают какую-нибудь невероятную историю.

**– Здравствуйте, я Вася из города Большие Ухрыбы. Месяц назад я работал младшим менеджером по логистике в ООО «Вектор», зарабатывал 20 000 рублей и чувствовал себя очень плохо. Но потом я прошел тренинг компании «ХХ», купил их книжку и ежедневник, а также пригласил на тренинг всех своих друзей и родных. Теперь я успешный стартапер в области инфобизнеса, мой доход более 500 000 рублей, работаю три часа в неделю, а все остальное время провожу в яхт-клубах Монако. Спасибо компании «ХХ», ура!**

Наиболее одиозную компанию, работающую в таком жанре, вы знаете. Есть и компании, которые клонировали их немудреную схему. В любом случае – не стоит тратить время на тех, кто соответствует хотя бы двум признакам одновременно:

- рассказывает, как озолотиться за три недели;
- собирает в зале 600–700 человек;
- настойчиво рекомендует приводить всех своих знакомых – за это есть скидка;
- на самом мероприятии слишком напирают на «историю успеха».

Как бы там ни было, все эти форматы обучения нельзя назвать образованием в полном смысле слова. 150 самых крутых тренингов не заменят МГУ или Гарварда. Образование – это тусовка, социальные связи, качественная перестройка мышления. Краткосрочные программы не дадут университетского лоска. Другое дело – нужен он вам на практике или нет.

**Продолжение в следующем номере.**

**Полную версию статьи читайте на сайте**  
**<https://texterra.ru/blog/kak-ustroena-treningovaya-industriya-i-stoit-lisney-druzhit.html>**