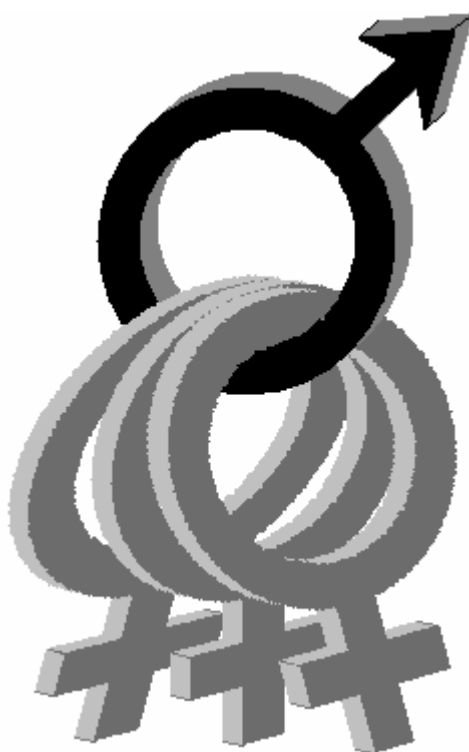


**Твой pickup-project.
Как написать свой тренинг за одни
выходные.**



**Практическое пособие для успешного пикапера,
который хочет создать свой тренинг по соблазнению.**

Оглавление.

Об авторе.

Введение.

1. Рынок массовых пикап-тренингов - баблорубка или мозгорубка?
2. Антиглобализм в пикапе.
3. Свой тренинг - почему это сработает?
4. Как создавать свой тренинг по соблазнению.
 - 4.1. Как снять с себя модель соблазнения.
 - 4.2. Сравнение с другими моделями соблазнения и деуниверсализация.
 - 4.3. Превращение модели соблазнения в тренинг.
 - 4.4. Как тестировать тренинг.
 - 4.5. Ведение тренинга в малых группах.
 - 4.6. Типовые проблемы и их решения.
5. Жизнь тренинга.
 - 5.1. Как красиво упаковать тренинг.
 - 5.2. Основы продажи тренинга.
 - 5.3. Что дальше?
6. Фишки!

Заключение.

Контакты.

Об авторе.

*Общество часто прощает преступника. Но не мечтателя.
(Оскар Уайльд)*

Меня зовут Веденин Иван, и я рад представить Вашему вниманию свою первую книгу. По своей натуре я люблю делиться с людьми знаниями и опытом, и на этот раз в качестве формы изложения решил выбрать именно книгу. Да и возраст 26 лет – уже тот, когда уже есть чем поделиться с этим миром.

В этой главе принято писать о себе. Я постараюсь ответить на те вопросы, которые могли бы возникнуть как у читателя в “теме”, так и у начинающего. Пройдёмся по образованию. Я имею высшее техническое образование, степень магистра технических наук. Увлечение практической психологией привело к тому, что в настоящий момент я сертифицированный НЛП-мастер, и ещё имею пару сертификатов прикладного характера (вроде Эриксоновского Гипноза). Практический опыт - в теме пикапа/соблазнения я примерно с 2001 года, опыт автора/ведущего тренера - в течении последнего полугодия мной было написано два тренинга, проведены - шесть раз.

В настоящий момент – развиваю собственный бизнес, пишу статьи по личностному развитию, книги (думаю эта не последняя).

Введение.



Опытному читателю будет достаточно прочитать эту вводную главу, чтобы точно знать, стоит читать дальше или нет.

*Книги нужны, чтобы напомнить человеку,
что его оригинальные мысли не так уж новы.
(Авраам Линкольн)*

Я собираюсь рассказать о том, какая ситуация сейчас, какая была раньше, очерчу границы воздействия книги на эту самую область пикапа.

Эта книга о пикапе, о нише пикапа, за последний десяток лет возникла на просторах СНГ, о том как она развивалась и во что превратилась. И о том, что с этой нишей можно делать и как вы можете на неё повлиять, если вы в неё активно включились.

Почем я решил написать книгу? Дело в том, что лично меня ситуация, которая творится в области пикапа не совсем устраивает, и верю, что книга эту ситуацию изменит. Мне не нравится отсутствие достойной конкуренции, коммерческий подход, которые некоторые пропагандируют (“бабло побеждает зло”), тот подход, которые применяют некоторые гуру пикапа, и то что не происходит качественного развития этой области, и что происходит некоторый застой в пикап сообществе, который не позволяет выйти ему на новый уровень, где бы люди получали более качественный и отточенный продукт. Где продуктом этим были бы знания и опыт, которые помогали бы мужчинам найти себя в сфере общения и соблазнения с женщинами.

В этой книге не касается проблемы нужен пикап или не нужен, я уверен, что каждый сам может представить – нужен или нет. Тем более книга рассчитана на тех, кто уже плотно в этой теме находится и имеет своё мнение по этому вопросу.

Почему именно написать тренинг за выходные? Ну потому, что выходных, если плотно заняться, вполне достаточно. Тренинг, это не что-то сверх-естественное – это сборка из минимума теории, которая выражается в правильном образе мыслей человека, и практических упражнений, то что даёт возможность получить опыт. По сути, всё чем может обладать человек – знания и опыт, и этого достаточно, чтобы соблазнять и соблазнять успешно. Успешно - это значит так, насколько устроит лично тебя, а не кого-то другого. Люди ведь различаются, как и их желания, а значит и критерии успешности. Главное, чтобы они были счастливы.

Особенность тренинга, который будет писаться за выходные – он не будет универсальным, и не станет панацеей, который вылечит абсолютно всех несчастных мужчин на земле, он не рассчитан на продукт массового потребления. Получится эдакая такая уникальная изюминка, которая найдёт свою целевую аудиторию и найдёт тех людей, которым она понравится, и они захотят ей воспользоваться. А значит, этот тренинг станет шагом в развитии пикапа и останется в коллективной копилке опыта.

Чтобы лучше представлять, с чем предстоит иметь дело, необходим небольшой экскурс в историю...

Пикап, насколько я могу наблюдать, начал зарождаться в России в среде FIDO. Была такая конференция ru.riskur, в которой и начало зарождаться сообщество пикаперов. Постепенно сообщество обзавелось своими “гуру” – люди которые знали больше чем другие и давали советы, обладая значительным авторитетом. Сообщество обладало своей идеологией. Оттуда же пошли знаменитые пикаперские убеждения и правила.

Убеждение “Я мужчина и имею права соблазнять женщин” - было призвано снять излишнюю стеснительность и придать уверенности новичкам.

Два универсальный совета “Трахни её” и “Трахни десять других” – давались обычно новичкам, которые только приходили в сообщество и писали длинные трогательные посты

про сложные взаимоотношения с их девушкой.

Со временем пикап-сообщество модернизировалось, “гуру” понимали, что сообщество стоит на месте, постоянно приходящие пионеры требовали одних и тех же прописных истин. Постепенно стали выделяться разные движения – одно коммерческие (РМЭС), представитель Филипп Богачёв, другое некоммерческое – сообщество пивняков, под предводительством верховного главнокомандующего Вадима Сова. Это два направления явно выделившиеся из пикап-сообщества и отделившиеся от него. Само сообщество ещё некоторое время продолжало существовать, и в нём остались такие люди как Олег Лецинский и Андрей Ленниг.

Так же сообщество стало постепенно переползать в интернет, где стали появляться различные сайты, на которых содержалась компиляция материала, или люди старались выкладывать что-то своё. Я думаю, что это был один из значительных этапов формирования пикап-сообщества в СНГ и разделение его на подвиды.

С популяризацией и распространением Интрнета все перебирались туда – кто-то создавал тематические сайты, кто-то форумы, кто-то перебирался в ЖЖ (www.livejournal.com).

Другим этапом формирования сообщества стало развитие коммерческих тренингов. Стали появляться тренинги отличные от РМЭС. Люди считавшие себя достаточно квалифицированными, прошедшие РМЭС или нет, стали создавать другие тренинги – Lesly, АО, pickur.ru. Причём последний является наиболее серьёзным конкурентом РМЭС – но я плохо о нём знаю, поскольку он какой-то совершенно неярко представлен в Интернет. Ходят слухи, что этот проект появился в результате раскола между Филиппом Богачёвым и Михаилом Шириным внутри РМЭС.

Со временем коммерческие тренинги наращивали свои обороты и самым мощным оказался тренинг РМЭС. Он, похоже, моделировал какую-то система тренингов – может быть систему тренингов НЛП, или может было привнесено что-то своё. Система РМЭС представляла себя многоуровневую структуру:

1-ый – форум, аккумулирующий в себе некоторую часть сообщества пикаперов,

2-ой – прошедшие тренинг, их называли “Перцы”. Создавался закрытый раздел – цыплетник, где все и тусовались.

3-ий уровень – “Достойные Члены”, те кто прошли мастреский курс.

4-ый уровень – тренера, которы должны были пройти все курсы.

На вершине пирамиды находится бессменный Филипп Богачёв.

Таким образом вся система тренингов строилась на дополнительном стимулировании аудитории и прогону её по пирамиде. Причём до тренеров доходили считанные единицы. Что не помешало к середине 2006 года набрать 13 тренеров.

Сообщество же пивняков пошло несколько по другому пути – оно оказалось скорее двухслойное: 1-ый слой - все кто вступил в сообщество, и 2-ой – “гуру” или просветлённые, те кто был приближен к Вадиму Сова. Там тоже проводилось некоторое подобие семинаров – Код Доступа 1 и 2. Насколько мне известно, эти проекты были некоммерческими.

В то же время проджала существовать некоммерческая ниша пикап, где были более опытные и менее опытные. Более опытные обучали молодёжь и тем самым извлекали для себя что-то новое.

Ваш “тренинг за выходные” – это своеобразное дополнение ниши пикапа, которое займёт своё место в истории. И именно от ваших усилий будет зависеть то, какое место это будет.
--

1. Рынок массовых пикап-тренингов - баблорубка или мозгорубка?



Продукты массового производства предполагают наличие массового потребителя.

*В древности люди учились для того, чтобы совершенствовать себя.
Нынче учатся для того, чтобы удивить других.
(Конфуций)*

Пикап развивался в несколько этапов – сначала это было единое некомерческое сообщество, потом из него выделилось несколько движений и выдвинулась коммерческая ниша. И в этой нише, всё стало развиваться по законам рынка – каждый тренинговый центр, тренинг, гуру пикапа, тренер по соблазнению – старались дистанцироваться от других, придумать новое название – пикаперы, лOVEROVцы, соблазнители, пивняки.

Если же не название было новое, то придумывалась новая концепция – если не с помощью нлп, то теперь уже при помощи скрытых сексуальных сигналов или чего-то иного.

Так же по законам рынка управлялось аудиторией: “Вот эта информация в общем доступе, а за этим приходите на тренинг и там вы это узнаете.” Пришли, узнали, научились соблазнять – молодцы, но есть ещё одна область знания, которую вы узнаете на следующем тренинге. Пришли узнали, молодцы – ну а дальше вот можете и сами стать тренером. Только пройдя все ступени наших тренингов, вы можете сами стать тренером. Знания ограничивались и не столько знания, сколько система убеждений, в которую они выстраивались. Соблазнение – это в большей степени не логический процесс, это скорее уровень мировоззрения, правильный образ мыслей, который позволяет соблазнять. И его проще создавать на тренингах, поскольку там гораздо больше инструментов, чем в изложении книжном, аудио или даже видео - там многое можно дать, но гораздо проще это передать при личном взаимодействии.

Я уже сказал, чем характеризуются массовые тренинги – и тут не столь важно, сколько в них уровней создаётся: два, три или больше. Людям привычно ходить по ступенькам и посему такие пирамиды будут работать.

Ещё одной характеристикой массовых тренингов - довольно широкие рекламные компании, разной степени агрессивности. Для захвата рынка надо вести себя активно, рекламироваться, будоражить и поражать общественность. Иногда между различными пикап-центрами происходят войны, когда начинают тупо лить помой друг на друга, или когда пикап-сообщество ополчалось против кого-то одного, например АО. Хотя человек просто выбился из общих стандартов.

Бизнес модель продажи тренингов по соблазнению проста - чем больше пиара, тем лучше. Основная цель любой коммерческой организации – это зарабатывать деньги. Этим и характеризуется поведение компаний. Всё что бы делал человек занимающийся бизнесом, направлено на достижение этой цели. Если гуру, тренер или владелец тренинговой компании что-то делает, или говорит, то скорей всего это направлено на то, чтобы привлечь людей, поднять свой авторитет, либо воздействовать на сообщество.

Тренинговая компания характерна тем, что под одной крышей собирается несколько тренеров. Есть владелец / хозяин или старший тренер, есть ведущие тренера, проводящие обучение, есть ещё претенденты на тренеров, которые помогают вести тренинги.

Деньги в тренинговой компании зарабатываются для компании. Каждый отдельный тренер зарабатывает меньше, чем он мог бы сделать это сам. Он является лишь винтиком в системе. От работы тренера должен заработать организатор, оплатить аренду, рекламу, и конечно, должен заработать хозяин компании. Тренинговая компания создаётся, чтобы больше захватить рынок. С помощью одного бренда можно покрыть большую территорию. С помощью бренда можно продавать любого тренера по большой цене, и обратная сторона – более классных тренеров приходится продавать по той же цене. В тренинговых компаниях, где есть многоуровневая система, более классный тренер может вести более дорогой тренинг и больше зарабатывать. Но в остальном приходится вести и

обычные тренинги, приходится выезжать и работать “не ради денег”. Как пишут некоторые ведущие тренингов, что работают они не ради денег – возможно в этом есть доля правды. Тут может быть двояко – с одной стороны им действительно нравится все эти тренинги, участвовать в позитивном процессе, где идёт обмен опытом, знаниями и энергетикой с группой, расширяется круг знакомств. С другой стороны, кроме этого действительно зарабатываются деньги и иногда очень неплохие.

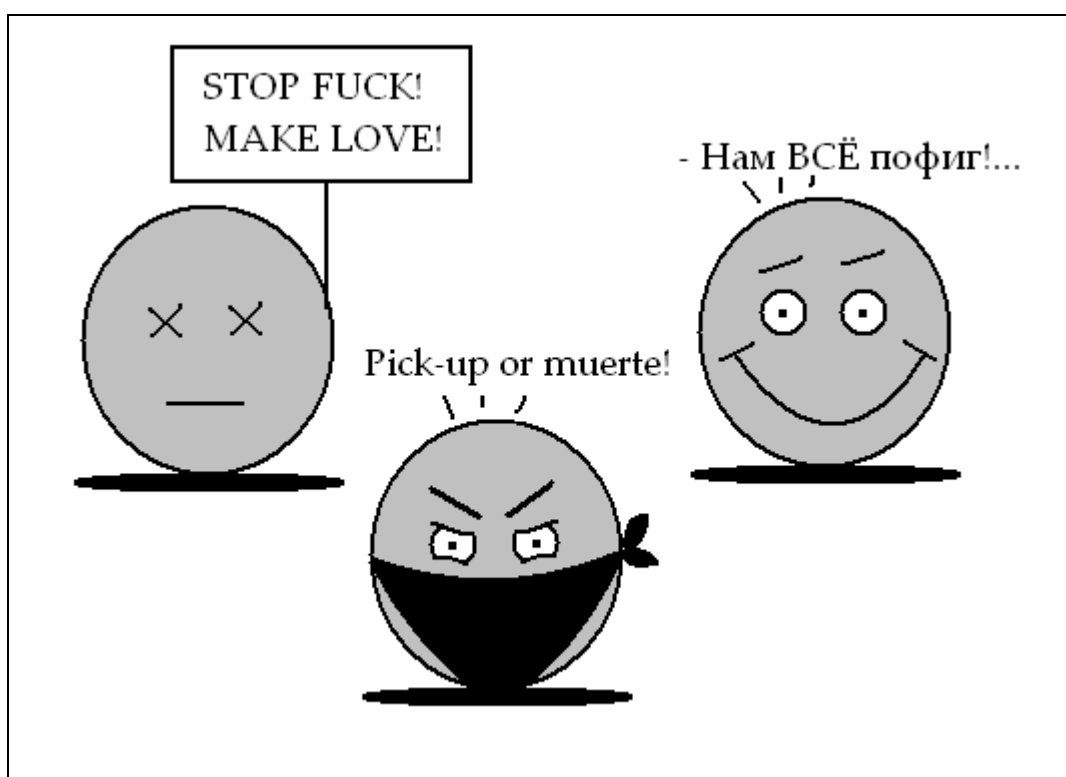
Потребители даже массовых тренингов хотят видеть каких-то определённых людей в качестве тренеров у себя, но приходя на тренинг, они не гарантировано могут получить того, кого хотят видеть. Например в системе РМЭС, большинство тех кто читал книгу, или его знают по другим источникам информации – приходя на тренинг, хотят видеть Филиппа Богачёва, и когда его нет, получается, что их как бы немного обманули. Более продвинутые участники, могли хотеть видеть у себя на тренинге и другого какого-то конкретного тренера. Но приходя на тренинг, там его можно и не увидеть, в силу каких-то организационных моментов – и это тоже может быть проблемой.

Обратная сторона выпуска тренинга под брендом, является массовый, валовый подход, когда компания вынуждена идти к тому, чтобы предоставлять продукт гарантированного качества и продавать его примерно таким же потребителям (которым всё равно к кому идти). Раньше в РМЭС было много ярких и харизматичных тренеров, но в 2006 году произошёл небольшой кризис и часть из них ушла. Ушли потому, что им стало тесно в этой тренинговой компании, она не давала им развиваться, и они видели свои амбиции гораздо шире тех рамок, в которых им приходилось работать. Я думаю система РМЭС будет вынуждена либо прийти к тому, чтобы её тренера обезличивались, или же придётся систему переделывать. Чтобы давать продукт гарантированного качества, потребителю должно быть всё равно, кто ведёт. Пока будут яркие личности, вперемешку с не очень яркими, это трудно прогарантировать. Рано или поздно рынок потребует, чтобы РМЭС определился какую сторону он займёт – либо он будет состоять из ярких личностей, и придумает как их удерживать и продавать, либо же наоборот полностью откажется от них и займёт свою нишу.

Поскольку в будущем будут и дальше появляться персональные проекты типа Ортеги, которые очень яркие сами по себе, и тут либо придётся разделить нишу пикапа, и отказаться от тех кто гонятся за конкретными тренерами и готов купить приемлимое качество за приемлимую цену. Либо найти способ противопоставить им что-нибудь адекватное.

Наличие на рынке массовых пикап-тренингов с их идеологией открывают возможности для появления персональных проектов, которые будут удовлетворять более гибко индивидуальные запросы потребителей.

2. Антиглобализм в пикапе.



Любое действие порождает противодействие. Точно так же массовый подход к пикап-тренингам открывает поле для деятельности частных проектов.

*Самое опасное в войне - это недооценить противника
и успокоиться на том, что мы сильнее.
(В.И. Ленин)*

Пикап как и любому из явлений, в которых участвует человек он подвержен мировым тенденциям, одна из которых глобализация. Что это – укрупнение компаний и разворачивание их на мировую аудиторию. Тот же РМЭС вышел за пределы росси, СНГ и успешно продаётся в разных странах, где есть рускоговорящие люди – Германия, Израиль. Возможно шагнуть и дальше, если подготовить англоязычный вариант, но всё-таки это русская модель эффективного соблазнения, и возможно в других странах она не сработает так эффективно, хотя я не берусь судить.

Раз есть процесс глобализации всегда есть противодействующее течение, которое направлено против этого. Сейчас оно не настолько сильное, но потихоньку начинает набирать оборот. Если перечислить эти направления, то это – некомерческая ниша пикапа, она существовала всегда и в России наиболее сильна, из-за любви к халяве. Другое направление – тренинг одного тренера. Когда тренер разрабатывает свою уникальную, индивидуальную программу и продаёт её сам. Пока он продаёт сам, он остаётся уникальным, как только он начинает размножать её, увеличивая количество тренеров, он переходит к глобализации. И до тех пор, пока существуют тренинги одного тренера, будет существовать разнообразие и, как мне видится, развитие.

Существующее движение пивняков – это даже большее чем стремление к халяве, это можно назвать движением в рамках пикап сообщества, со своей идеологией, со своими ценностями, люди объединены общим интересом. Мне кажется это заслуживает внимания такой подход.

Некомерческая ниша – можно сказать пикап для бедных, а можно и для тех, кто против коммерческого подхода. В этом есть своя прелесть, своя изюминка, когда люди делают что-то только потому, что считают нужным это делать, а не потому что хотят заработать. Эта мощная традиция была присуща бывшим фидошникам. Когда люди за символическую проставку в виде пива или кока-колы делали такие вещи, которые не все друзья или родственники сделают. Меня этот принцип всегда удивлял и вызывал некоторое восхищение, может потому, что я сам не всегда готов к такому бескорыстию. Конечно это имеет и обратную сторону, поскольку в этот круг надо ещё суметь войти, чтобы получить доступ к этим ресурсам. Ещё один минус: поскольку сообщество лишено явной градации, концепция размывается – не всегда можно определить, что есть выкристаллизованное знание, а что есть информационный шум. Есть мнение, что количество информации ежегодно удваивается – я неоднократно слышал, что люди просто не успевают всё воспринимать и обрабатывать. Количество информации растёт, а систематизацией и какой-то обработкой не принято заниматься. Этот процесс идёт в некомерческих структурах довольно медленно. Носителями систематизированной информации являются конкретные люди, и потому когда люди уходят, сообщество может терять её, поскольку и некому становится продвигать и защищать хорошие идеи. Поэтому приходящие в сообщество новички несколько размывают полезную информацию. Хотя не исключён приход новых более ярких личностей со свежими идеями, которые воспримут старое и создадут на основе его что-то новое.

Что касается движения пивняков, то про него лучше бы рассказал какой-нибудь участник или же сам верховный предводитель. Там идеи культивируются именно той верховной кастой, гуру на которых держаться сообщество и в частности Вадимом Совой, пока они есть – движение будет существовать. Если они уйдут – неизвестно что будет. Причём движение будет существовать в том виде, каком оно есть и даже будет идти развитие планомерное – могут пресматриваться ценности, идеи и на их место могут

приходить новые. Либо наоборот цепятся за старые – это зависит от того, насколько оно консервативное.

Тренинги одного тренера – на мой взгляд это наиболее интересный подход. Когда какой-то человек сам систематизирует опыт и на основе его создаёт законченный продукт. В пикапе не так уж много опыта и идей – их можно легко освоить, осилить, обдумать, переработать за небольшой промежуток времени – год или два активной соблазнительской и исследовательской деятельности, а затем превратить это в тренинг. После этого знания начинают жить своей жизнью – ими начинают обучаться другие люди и быть хранителями их. И соответственно следующий тренер, который появляется, имеет возможность изучить эти сгустки опыта, и создать что-то новое на основе их, что-то непохожее, что-то более успешное, что будет лучше продаваться и просто принесёт больше славы и морального удовлетворения, если это создано на некоммерческой основе. Я не исключаю, что тренер создаёт тренинг, только для того, чтобы откатать свою модель, не только на себе, но и на других людях. Особенность моделирования в том, что можно взять, построить свою модель и начать в ней подкручивать гаечки, винтики и шурупчики, чтобы довести её до совершенства. А после продолжать ей пользоваться и не обязательно её продавать.

Все движения, которые ведут к противодействию глобализации – привлекают людей, оттягивая деньги, и не давая тренинговым компаниям разрастаться всё больше и дальше, захватив всю нишу пикапа. Но в то же время развитие движения антиглобализации в пикапе всё равно увеличивает нишу пикапа, и тем самым увеличивает рынок, а значит и доход всех его участников – включая тренинговые компании.

Тренинги одного тренера – наиболее интересные и динамичные игроки на рынке пикап-тренингов. В нише пикапа они являются аккумуляторами и источниками систематизированного опыта..
--

3.Свой тренинг - почему это сработает?



В основе всего, за что бы вы не брались, лежит лишь ваше желание. Все остальные обстоятельства с радостью (или без) будут подстраиваться под него.

*Единственным пределом наших завтрашних свершений станут наши сегодняшние сомнения.
(Франклин Рузвельт Делано)*

Прежде всего соблазнение – это естественный процесс, и естественное занятие для мужчины. Поэтому каждый мужчина способен этому научиться. Почему он этого не сделал до определённого времени, это вопрос устройства нашего общества или его семьи. Чем более плотно в городах живут люди, тем меньше хочется общаться с другими людьми, и тем сильнее нарушаются социальные связи. И, соответственно, естественные природные процессы, которые заложены в человеке матушкой природой от животных, не могут протекать так как они должны протекать. Люди вынуждены держаться каких-то рамок, условностей, поэтому бывает что несколько нарушена скорость обучения в соблазнении. И поэтому у людей может возникать потребность этому обучиться более интенсивно. Соответственно такому человеку нужен учитель, который помог бы это сделать – таким учителем может стать отец. Если же этого не произошло, по каким-то причинам, то это может стать тренер по соблазнению.

Есть люди, у которых проблемы с женщинами не потому что они не умеют, а потому что у них есть явные психологические отклонения, более серьёзные, чем отклонения в естественном пути развития, и таким людям всё-таки надо не учиться, а лечиться и таким людям нужна профессиональная помощь психологов, психоаналитиков, психиатров и прочих психо-... Таких людей не стоит брать на тренинг, и их стоит отсеивать ещё на стадии собеседования.

Почем найдутся потребители на ваш персональный тренинг – поскольку люди хоть и разные по сути, но в некоторых вещах находятся похожести. В некоторых моментах люди умудряются узнать себя. Посмотреть на другого и сказать – “О, я был когда-то таким же, или мы вместе начинали у нас была одинаковая судьба, и я стал таким, а он более эдаким, может я пошёл по другому пути, интересно будет узнать как он добился этого успеха у женщин, хотя он чем-то похож.” Именно по-этому всегда найдутся люди, которые всегда захотят обучиться вашей модели – раз у вас получается и вы привлекательны для него, то именно у вас надо учиться, а не у кого-то другого.

Почему люди будут платить временем и деньгами – дело в том, что люди по своей сути ленивы и не готовы оторвать свою задницу, чтобы идти и что-то получить, какие-то знания и опыт, особенно если для этого надо потратить н-ое количество времени и усилий. Если вы преподнесёте это на блюдечке с голубой каёмочкой, скажете – “парень, я тому что ты можешь упорным трудом получить за месяц, полгода, я могу тебе дать за деньги и более сжатый срок – за неделю-две”, то люди скорее всего согласятся потратить на это деньги, прикинув, что это и есть та самая волшебная таблетка. Люди любят, чтобы них заботились, они готовы за деньги покупать заботу, и тем более получать это бесплатно, они будут тратить своё время, чтобы о них кто-то заботился, учил, обучал, вёл, стал для них волшебным пенделем, или взял за ручку, вёл и показал короткий путь.

Некоторых мучают вопросы – смогу ли я обучить другого человека. Дело в том, что при взаимодействии один на один, или один с группой есть вообще в обучение то, что двигает человеком, то без чего невозможно обучение – желание обучиться.

Яркий пример всем известный – приходят на лекцию, поточный зал 100 человек, лекция может не такая интересная, и преподаватель даёт без особого энтузиазма подаёт материал. Из 100 человек 90 общается на свои темы, спят, рисуют карикатуры, царапают на парте, а 10 человек сидят и внимательно слушают и конспектируют каждое слово, потому что они для себя решили, что это им очень нужно и они готовы учиться.

Другой пример, не менее важный – это желание обучающего обучать. Вы наверное за свою жизнь встретили хоть одного преподавателя, у которого было очень острое желание предать свои знания, а может и навыки студентам, и делали всё, чтобы донести до студентов свои знания. Хорошие преподаватели стараются передавать не только знания, но и своё видение, свой образ мысли, показывая как надо. И такие преподаватели слушаются с интересом и запоминаются надолго. У такого же преподавателя может половина, а то и 90%, может прийти и внимательно слушать. Хотя найдутся те же 10%, которым вообще всё равно и их никак не заставишь учиться.

Когда же мы соединяем в одну систему человека, который хочет обучить и который хочет обучиться, мы получаем супер-успешную систему обучения. Она будет работать даже если отсутствуют особые знания по обучению. Она будет работать – только из-за этих двух взаимопритягивающих элементов – желание научиться, и желание научить. Поэтому вы с одной стороны на тренинге должны стимулировать людей получить знания, у каждого конечно есть своя мотивация, но дополнительным стимулом могут стать те деньги, которые они заплатили. С другой стороны у вас должно быть огромное желание работать до результата. Когда это будет – будет обучение, будут результаты, будет всё.

Ещё такой вопрос возникает у людей, которые никогда не проводили тренинги, впервые их создаёт – готов ли я проводить тренинги, готов ли я обучать. Этот вопрос состоит из двух частей – есть ли у меня достаточная квалификация, и другая часть уверенность в себе. Вообще учить можно чему угодно – всегда найдутся люди, которые знают меньше вас. Ответ на вторую часть насчёт уверенности – всегда когда начинается новое дело, бывает не уверенность в том, как это получится, что будет. Это нормально. Тут стоит полагаться на уверенность в себе – я это могу, я с этим справлюсь, другие могут и я смогу, я вообще всё могу, нет такого, за что бы я взялся и не добился бы чего-нибудь упорным трудом.

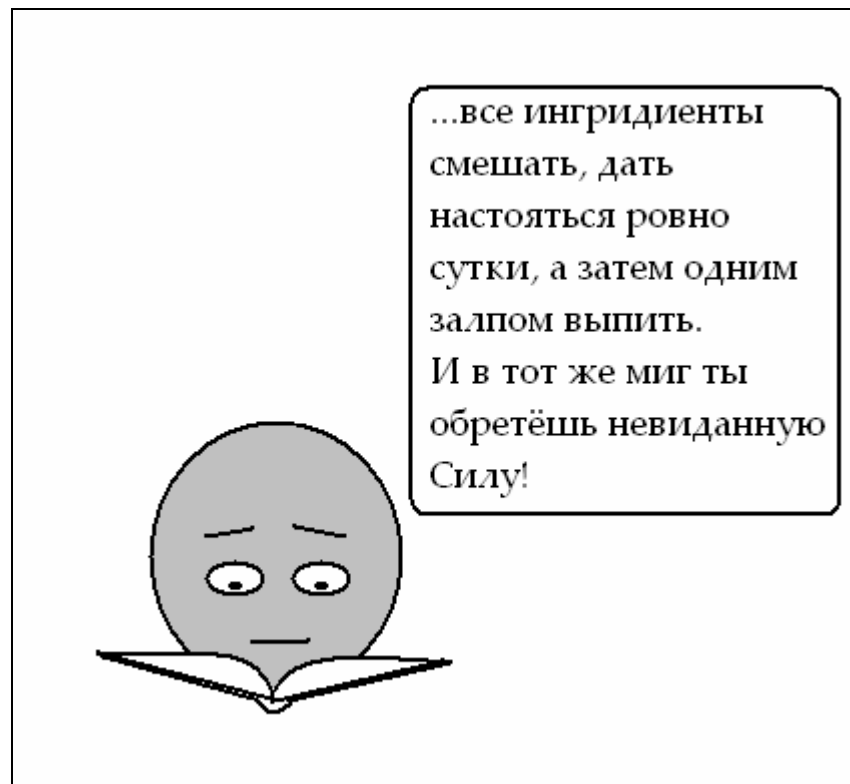
Ну и главное, что будет работать – это то, что вы можете отличить как надо, от того как не надо. Поэтому, при работе с обучаемым, вы будете той петлёй обратной связи, которая может сообщить – правильно он делает или нет. И чем качественней будет обратная связь, тем быстрее обучаемый будет достигать результатов в направлении обучения. А направлены в данном случае будете задавать вы.

Ваш тренинг сработает, поскольку:

- соблазнение естественный процесс,
- найдутся люди, которым ваша модель окажется близка,
- люди любят “волшебные таблетки” на блюдечке с голубой каёмочкой,
- в основе обучения лежит желание научить + желание научиться,
- всегда найдутся люди, которые знают и умеют меньше вас – особенно если вы успешный соблазнитель,
- можете вы учить или нет – это на 95% вопрос вашей уверенности,
- качественная петля обратной связи от вас – это уже залог успешного

обучения.

4. Как создавать свой тренинг по соблазнению.



Всё что необходимо – вы уже знаете и умеете. Задача стоит в формализации ваших знаний, чтобы потом легче было излагать их.

*Гений — это 1% вдохновения и 99% пота
(Томас Эдисон)*

Основа тренинга – это твоя модель соблазнения, твоя собственная, в чём-то неповторимая, основанная на собственном опыте, пусть даже это опыт конвертирован из всего, чему ты учился, пусть даже на других тренингах. Мне кажется это наиболее правильный подход – учить тому, что лучше всего знаешь и умеешь. Кого ещё, как не самого себя ты знаешь. У успешных людей собственная модель является сплавом всего предыдущего опыта, который дал именно то сочетание которое пригодно для жизни.

Это можно сравнить с обменом генетической информацией – когда две особи спариваются, обмениваются генами и получается третья. Всё то же самое, только гораздо интресней. Успешный соблазнитель – это сплав многих моделей соблазнения, который дал такой результат и по теории эволюции он вышел вперёд по отношению к другим. Поэтому это можно преподавать, нести ген успешности дальше.

Как выбрать свою нишу? Для выбора ниши ничего не надо, кроме вашего решения – смотрите на свои знания и навыки прикидываете, куда вы вписываетесь в общее сообщество пикапа. Например, вы замечаете, что лучше всего получается соблазнять в клубах – вот вам и ниша, соблазнение в клубах. Причём можно сузить – вы в определённые клубы ходите, по цене средние клубы, или наоборот ходите по недорогим дискотекам, или заваливаете в самый-самый дорогой клуб в городе и снимаете там девочек, и вся ваша модель заточена под это. Ну отлично, ваша ниша определена и соответственно начинается вырисовываться тот круг потребителей, которые вашей моделью могут заинтересоваться.

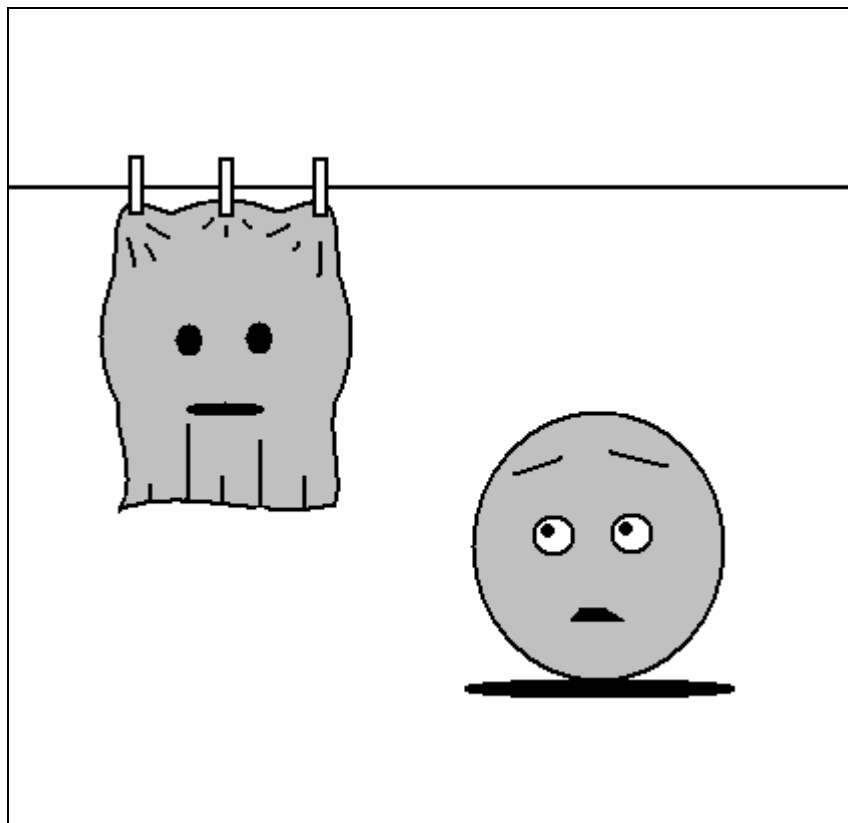
На чём основано снятие модели соблазнителя? Я основывал на методиках НЛП с помощью моделирования. Я постараюсь не грузить сложными терминами, оперировать тем, что надо пройти НЛП-практика, НЛП-мастера, НЛП-тренера и только тогда вы сможете создавать свои тренинги. Я думаю, что это всё фигня и просто маркетинговый ход. Если вы добились успеха у женщин, то вам вполне под силу используя простую методику, описывающую по шагам, что надо делать, снять свою модель соблазнения. И я эту методику я опишу в книге.

Тренинг можно написать за пять шагов, сделать пять крупных шагов, чтобы пройти от начала и до готового тренинга:

- 1) Снятие модели с самого себя.
- 2) Сравнить с другими и оттачить до уникальности.
- 3) Превратить модель в тренинг – модель это хорошо, но ей надо обучать.
- 4) Оттестировать тренинг, то что мы придумали не факт что ещё работает, нужно провести минимальную проверку. Всё изобретение требует обкатки.
- 5) Ведение тренинга. Как только вы провели первый тренинг, считайте, что тренинг начал жить. Бывает что одного не достаточно, надо провести 2-3, чтобы он оформился в законченный продукт.

Если вы являетесь успешным соблазнителем, то от написания собственного тренинга вас отделяют всего 5 шагов. Этого вполне достаточно, чтобы обучать других тому, что умеете вы.
--

4.1. Как снять с себя модель соблазнения.



Чем подробней вы сможете описать свой опыт, тем легче будет потом превращать это в тренинг.

*Знания, не рожденные опытом,
матерью всякой достоверности, бесплодны и полны ошибок.
(Леонардо да Винчи)*

Сбор материала может происходить каким угодно образом, наиболее распространённым – это просто взять и написать несколько репортов о соблазнении от начала и до конца, максимально подробно. Другой вариант – съёмка себя камерой, записать процесс соблазнения опять же как можно более подробно. Можно в конце концов просто извлекать путём интервью – для этого понадобится помощник. Можно копаться в себе, создавая мыслительные конструкции – прикидывать, у кого развито воображение и аналитическое мышление, тот может просто анализировать свой опыт прямо в мозгу. Существуют техники позволяющие взглянуть на себя со стороны – трёхпозиционное описание.

Когда вы определились с помощью какого материала будете снимать модель, можно переходить к следующему шагу – определение границ модели. Где начинается и где заканчивается модель – это надо сделать как можно точнее и это своеобразный выбор ниши. Желательно, предварительно изучить рынок предлагаемых моделей и на нём выбрать свободную нишу.

Если вы соблазняетесь в разных местах, определиться в каком месте будете это делать. Если речь о процессе соблазнении – выбрать где начинается и где заканчивается. Если речь об одежде, то с чего начинается внешний вид и чем заканчивается. Нужно определить те рамки в которых будет существовать ваша модель. Именно с этого можно приступить к её изучению внутри рамок.

Когда вы выделили рамки, дальше стоит выделить самое главное – что на ваш взгляд является самым главным в вашей модели. Когда определили границы, разбить на смысловые части – то что вы считаете основным. Всего таких частей должно быть не очень много – от трёх до семи. Например: внешний вид, внутреннее состояние и стратегия поведения. У кого-то может отличаться – главное преодолеть три этапа: первый контакт, первый поцелуй, и первый секс. И когда все эти этапы пройдены, соблазнение закончено. Кто-то может считать, что главное это... могут быть разные примеры, нужно сделать интервью и побольше примеров.

Основные элементы, которые чаще всего выделяют в модели соблазнителя:

- внешний вид,
- внутреннее состояние,
- социальный статус (и social proof),
- стратегию поведения,
- речь и речевые стратегии,
- невербалика,
- эмоциональность,
- кинестетика,
- секс.

Когда элементы выделены, нужно определить как они связаны между собой эти элементы. В какой последовательности идут. Что за чем следует, что более важно, что менее важно. Как определить – исключительно на своё ощущение. Вот просто когда сомневаетесь, представьте, что на одной руке один элемент, на другой – второй, и взвесьте их – какой перевесит. Если не можете определить, ну значит всё должно быть уравновешено – почему нет? И после того как разбили по элементам, начинаете углубляться.

Если в качестве основного элемента выбрали внешний вид, то начинаете подробно рассматривать, каким он должен быть. Опять же выделяете границы, этапы и описываете их. Кто-то может включать во внешний вид структуру тела, кто-то не включать. Если вы считаете, что должно быть тело строго подтянутым, значит так и есть. Кто-то может считать, что тело неважно, тело даётся от природы и с любым телом может человек соблазнять.

Если какой-то из элементов будет внутреннее состояние, и соблазнение проходит на особых внутренних состояниях. Кто-то может выделить 3-4-5 внутренних состояний, кто-то может вообще не придавать этому значения.

В любой модели есть какая-то стратегия поведения. Какие-то действия, которые совершаются, без этого соблазнение может происходить ментально – ничего не делаешь и соблазнение происходит. Кто знает, может у кого-то такая модель будет, я и буду рад на это взглянуть. Мне такие модели не известны и я считаю, что стратегии, алгоритмы или микростратегии должны быть. Чтобы выделить эти микростратегии поможет из собранного материала филдтрепорты и видео.

Примером стратегии поведения, разбитой на смысловые части, может послужить заезжий соблазнитель Тим. Когда мы собирали материал для создания тренинга по соблазнению и проводили на улице много времени, и познакомились с человеком, приехавшим из другой страны. Когда мы немного пообщались, и стали обмениваться опытом, оказалось, что в процессе соблазнения он выделял 3 этапа. Три барьера, которые ему надо было преодолеть – первый контакт, первый поцелуй и первый секс. На этом соблазнения для него заканчивалось. Вот такая простая, если не углубляться, стратегия соблазнения.

Надюсь принцип понятен – каждый из элементов должен быть разобран.

После этого всё это надо обобщить в какую-то общую наглядную модель. Ещё более желательно изобразить это всё графически – это будет просто супер. Я, например, рисовал человека, который обладает разными качествами. У кого-то это может быть пирамида – 7 шагов, как стать успешным соблазнителем. У кого-то это может быть 5 кружочков, по которым надо пройти – 5 кругов успешного соблазнения.

Пример: у Алекса Хитча, в фильме Hitch, во время одной из сцен была видна на заднем плане схема под названием “Dynamic Dating Diagram”. Очевидно, она отображала процесс проведения свидания, по методу Хитча.

Как вам будет самому удобней это изобразить графически, так и делайте – главное, чтобы это было понятно вам. Сейчас вы создайте описание для себя.

Модель логических уровней подходит как для описания всей модели соблазнения, так и для отдельных её частей. Чтобы разложить по ней модель, необходимо ответить на несколько вопросов:

1. Как можно назвать, носителя этой модели? Кто он? (Соблазнитель, Козанова, Ловелас и т.п.)
2. Есть ли у него миссия? Если есть, то зачем он этому миру?
3. Какими ценностями руководствуется он? Какие у него в жизни приоритеты?
4. Во что он верит? Что считает верным? (Убеждения по отношению к миру, к себе, к женщинам, к процессу соблазнения.)
5. Какими качествами он обладает? Какие навыки у него есть? Как он это делает?

6. Что именно он делает, чтобы быть таким?

7. Где он таковым является? Когда это происходит? С кем именно это бывает?

Использование метафор. Как один из интересных способов описания модели и её элементов – это использование метафор. В любом месте, когда вам необходимо описать что-либо, но вам не хватает системного языка, можно использовать оборот “Это как ...” и подставлять то, на что это вам кажется более всего похожим. На данном этапе описания, можно использовать любые, пусть даже понятные только вам метафоры.

Например, само соблазнение, можно сравнить с охотой. Ты словно охотник, выбравший жертву, который начинает совершать ритуал, и каждый в нём играет свою роль. Даже жертва точно знает смысл этой игры, и ничего не может поделать с этим – когда она включается в процесс, то теряет контроль над происходящим.

Чем более подробно разворачивается метафора, тем больше информации из неё можно извлечь, о том, как работают те или иные навыки, какие убеждения и ценности скрыты в модели, и многом другом.

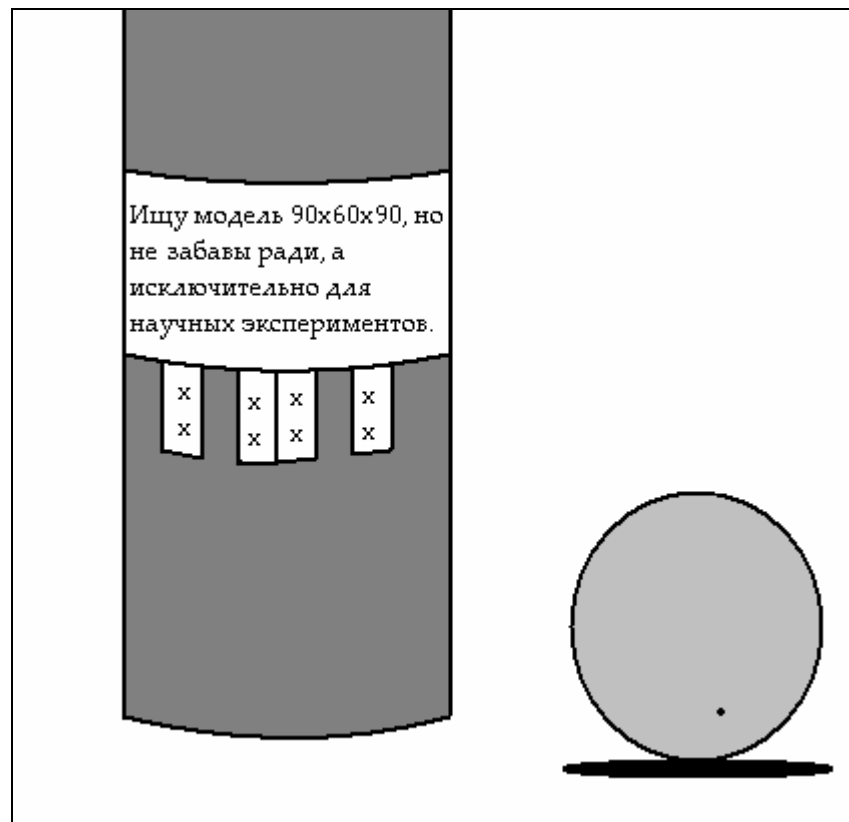
Фишка: Ещё более полезным является способность создавать подобные метафоры контекстуально – то есть подбирать свою метафору каждому из обучаемых или под конкретные ситуации. Ведь у каждого из них есть уже свой опыт, который более понятен и лучше пользоваться именно языком его опыта, для описания чего-то нового.

Снятие модели можно разложить по шагам:

- сбор материала,
- определение границ модели (и выбор ниши),
- выделение основных столпов модели,
- определение связей между ними,
- разбор каждого из элемента модели максимально подробно.

Для подробного описания, можно использовать модель логических уровней, метафоры или трёхпозиционное описание.

4.2. Сравнение с другими моделями соблазнения и деуниверсализация.



Важным этапом в разработке тренинга является сравнение его с другими - это позволит как находить действительно новые решения, так и избежать взаимных претензий.

*Дураки говорят, что они учатся на собственном опыте,
я предпочитаю учиться на опыте других.
(Бисмарк)*

После того, как ваша модель построена и написана в достаточно понятных терминах, вы можете её сравнить с другими. Тут может возникнуть проблема – прямой доступ к модели будет сложно получить. Вы помните что то пишут в рекламе, на сайтах, книгах может не соответствовать тому, что преподаётся на реальном тренинге. Соответственно вам придётся угадывать, что же имелось ввиду под тем, что вы видите в книге, или со стороны в человеке, или о чём они заявляют в рекламных материалах.

Тем не менее, когда ваша модель построена, вы уже можете представлять, как могут выглядеть другие модели и сравнить с другими. Цель такого сравнения определить насколько она уникальна. Если она получится такая же как и любая другая, то особого смысла в такой модели нет. Незнаю как сработало моделирование, но сработало оно как-то не так – возможно вы просто воспроизвели чужую модель.

Если же вы нашли уникальные особенности своей модели, то стоит отправить модель на доработку, чтобы сделать эти особенности ключевыми. Например, ваша модель на 90% похожа с другой. Может стоит из 10% сделать отдельную маленькую, но модель по соблазнению. Скажем ваша модель похожа по тому, как знакомиться на улице, в клубах, в кафе, но полностью отличается от того, как знакомиться и соблазнять на вечеринках у друзей. Между прочим люди довольно часто знакомятся на вечеринках. Для кого-то это основной способ знакомства, и может быть до сих пор не получается переводить знакомства в соблазнения. А у вас есть такая уникальная особенность, как знакомиться на вечеринках знакомых или мало знакомых. Почему нет, почему не превратить в отдельных тренинг – как стать душой компании, как стать самым соблазнительным в компании.

Если каких-то особенностей незамечено, возможно модель просто плохо описана, такое тоже может быть и получилось слишком общее описание. С этим результатом сравнительного анализа отправте её ещё разочек на доработку. Поскольку ваша модель по своей сути должна отличаться от других, в ней должно быть что-то особенное, чего нет у других. В то же время, она должна быть привлекательная и восторбованная.

Если вообще никак, не можете найти ничего уникального и ничего не придумали, но тренинг настроены создать. Можно, можно взять ту модель, в каком виде она есть и пойти дальше, пусть она на 90% похожа или на 99,9%, можно пойти с этим дальше. Но такое наврядли получится.

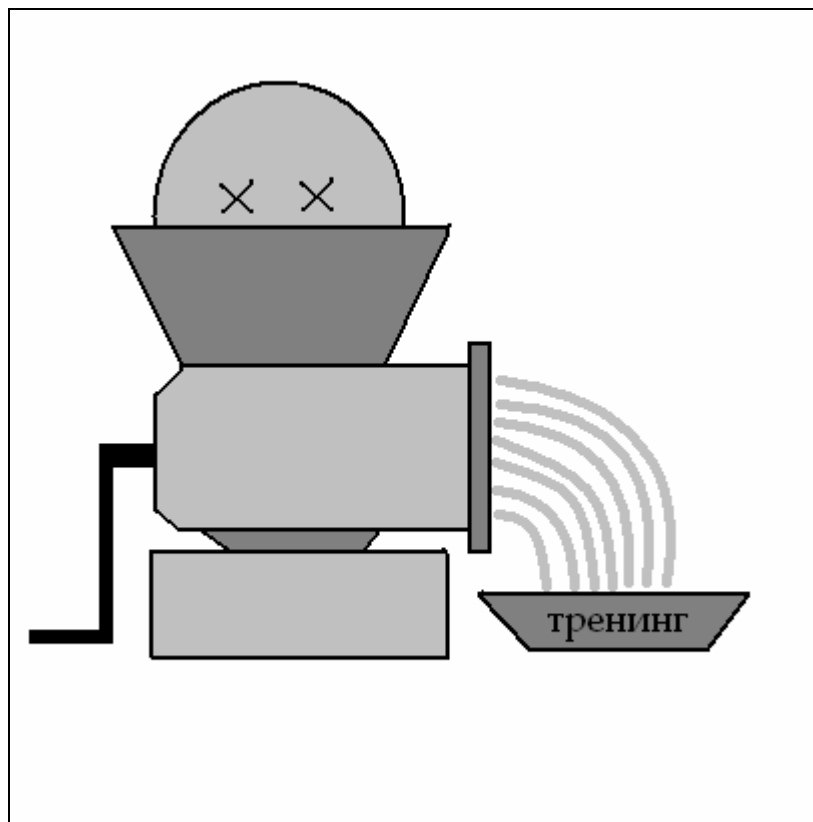
Тогда различие стоит делать в подаче тренинга. То есть одно и то же можно продавать под разными соусами. Вконце концов, современном рынке выигрывает тот, у кого упаковка лучше, при прочих равных, и кто умеет лучше продавать. Можно делать и так.

Ещё один вариант различия – в компановке тренинга. То есть одну и ту же модель вы можете упаковать в разные тренинги и преподавать их с разной эффективностью, за разное время и с разным результатом на выходе.

Если в вашей модели соблазнения не найдено существенных отличий от других, то возможны варианты:

- отправить её на доработку,
- сделать отличие в компановке тренинга,
- сделать отличие в “упаковке” тренинга.

4.3. Превращение модели соблазна в тренинг.



Найдётся с десяток способов обучить одному и тому же. Ваша задача – найти оптимальный.

*Я слышу и забываю.
Я вижу и запоминаю.
Я делаю и понимаю.
(Конфуций)*

Из чего же состоит хороший тренинг. Хороший тренинг состоит из:

- Хорошей теоретической части,
- Упражнений, которые позволяют получить задатки навыков,
- Демонстраций, которые позволяют убедиться в возможности,
- Непосредственно заданий на закрепление.

Каждый из этих элементов по своему хорош и может работать не только по прямому назначению, но и иметь просветляющий характер, который формирует образ мыслей. Мало обладать знаниями, надо чтобы эти знания складывались в определённый образ мыслей, это как разница между умным человеком и мудрым.

Один из этапов превращения соблазна модели в тренинг, является составление теоретической базы. Вы смотрите на вашу модель, на то что считаете нужным и важным и начинаете описывать, так чтобы потом предложить это вашим участникам тренинга. Вы можете сами описать элементы, если они оказались новыми и вы уверены, что они нигде не встречались. Вы можете уже найти в литературе, где это описано хорошо. Цель теоретической части – дать понимание того, что и как работает.

Лучше тренинг оформлять в логически законченные блоки. Небольшой блок который описывает одну тему и теоретическую часть, упражнения, демонстрации, задания. Теоретическая часть должна состоять из при подаче из разных типов материала – который вы будете проговаривать, восприниматься визуально, и материал, который надо записать. Это классический подход к образованию, когда лекции подаются в виде рассказа, рисует что-то на доске и записывают. Считаются, что при определённом сочетании этих элементов подачи теоретического материала, он лучше всего воспринимается.

Когда теоретическая база в каждом блоке проработана, можно выбрать, что будет показана в качестве демонстраций – что будет показано на своём примере, либо кого-то из участников, либо демонстрация в полевых условиях, либо на видео. Эту часть вы определяете сами. Как это определить и что это будет за демонстрация, можете прикинуть только вы.

Небольшая рекомендация: демонстрировать лучше те элементы, которые для участников звучат впервые, может быть они их не видели до этого или не слышали. Им может быть трудно поверить в то, что это возможно. Демонстрация – лучший способ дать участникам возможность поверить в возможность, поверить – это первый шаг к тому, чтобы самим научиться этому.

Упражнения предусматривают получение опыта. Если упражнения проходят внутри группы, то это упражнение на то, что человек получил первый опыт – увидел на демонстрации, что это возможно, делает сам, считает, что может получиться и следующим этапом он должен пойти и закрепить это.

В качестве практического закрепления выступают задания, которые участник будет выполнять сам.

Где брать упражнения? Если упражнения идут по развитию каких-то определённых навыков, общеизвестных, то можно поискать в Интернете, среди готовых тренингов, может вы посещали какие-то тренинги и видели там упражнения, можно самим придумать

упражнении, предположив, что такое упражнение развивает то-то. На этой стадии это нормально, потом надо всё пробывать самостоятельно, во время тестирования.

Полевые задания – частично на проверку, частично на развитие. Вы с помощью упражнений какой-то навык внедрили, человек пошёл выполнять задание самостоятельно и смотрит как он работает в полевых условиях. Смотрит как работает в полевых и сам вырабатывает свою, начинает заполнять модель соблазнения практическим опытом.

Таким образом надо пройти по каждому из блоков. Блоков будет столько, на сколько частей поделена ваша модель.

Ещё при создании тренинга, следует учесть одну особенность – если люди не достигли того, чего хотели ранее и без вашей помощи, то вполне вероятно, им что-то мешало. Часто людям достичь желаемых результатов в соблазнении мешают личные ограничения – страхи, ограничивающие убеждения, лень в конце концов. Поэтому, в вашем тренинге вы должны предусмотреть блоки, упражнения или техники, которые помогут людям преодолеть данные ограничения. Особенность тут заключается в том, что заранее невозможно предугадать, с какими ограничениями столкнётся у конкретного человека. Поэтому всё что можно предусмотреть – это общие принципы работы с тем или иным ограничением.

Например:

Для борьбы со страхом может быть использована демонстрация того, что ничего страшного в этом нет. Лучше проводить первую демонстрацию в безопасных условиях, “держа за руку” обучаемого. Второй этап – самостоятельное преодаление обучаемым страха.

Для изменения убеждений, может быть использована следующая схема:

- усомниться, что то, во что верит человек – действительно так есть на самом деле (контр-пример, демонстрация)
- предложить другое убеждение, объяснить почему оно более эффективное. Зародить желание обладать новым убеждением.
- предложить получить опыт, который укрепит новое убеждение. (простые и безопасные упражнения)

После того, как все блоки будут описаны, будут включены теория, практика, демонстрации, начинаете компоновку тренинга. Сначала прикидываете сколько по времени займёт тренинг – каждый блок или весь тренинг. И рассчитываете время, необходимое для проведения данного тренинга. Формат этого тренинга, будет он на выходных, по вечерам, или на природе, выездной тренинг. Это зависит от вашей фантазии или того, насколько это удобно для людей, для которых вы делаете тренинг. Это может быть какой-то тренинг на природе, если это удобно, на берегу лазурного моря, где много красивых девушек.

После того, как определились со временем, надо определиться с последовательной компоновкой тренинга. Почему удобны блоки, что их можно по разному раставлять внутри тренинга. И это позволит получить дополнительную эффективность. Что должен изучить вначале, что в конце. Возможно от перестановки блоков будет меняться эффективность от тренинга. Это уже стоит проверять самостоятельно.

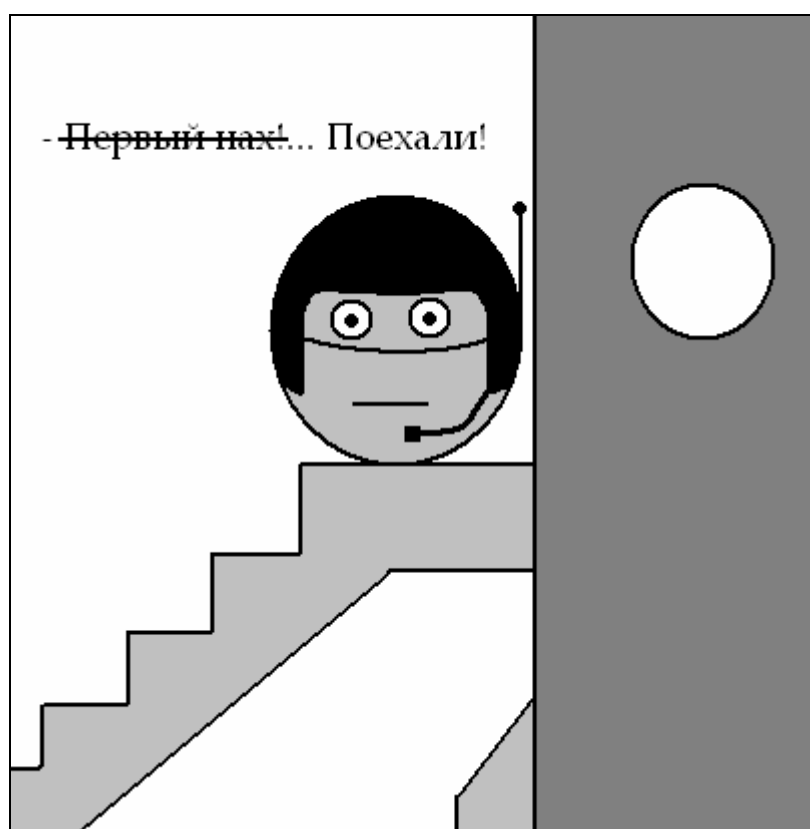
Когда вы прикинули временную рамку, его последовательность, можно это всё дело формализовать и превратить в план тренинга, или так сказать карту тренинга. На этом превращение модели в тренинг заканчивается.

Когда тренинг полностью написан, легко можно провести его сверку с другими тренингами. Разница с этапом проверки модели на уникальность будет в том, что сравниваются именно методы достижения поставленных целей. Для тех, кто будет потом

знакомится с вашим тренингом и проходить его, в первую очередь будет интересоваться именно то, чем же он отличается от других по форме. Поэтому, разумно будет подобрать упражнения и техники, не встречающиеся в других тренингах по соблазнению.

- Хороший тренинг состоит из 20% теории и 80% практики.
- Лучше делать тренинг из законченных блоков – это даёт дополнительную свободу в компоновке и облегчает подачу материала.
- Следует предусмотреть в тренинге работу с ограничениями – страхами, убеждениями, ленью.
- Формат и место проведения тренинга в большей части определяет ваша модель соблазнения.

4.4. Как тестировать тренинг.



Задача тестирования – это даже не столько проверка тренинга, сколько проверка себя и своей способности передавать опыт.

*Опыт — это имя, которое каждый дает своим ошибкам.
(Оскар Уайльд)*

Что можно как минимум оттестировать в тренинге – те задания и упражнения, которые вы в него включили. Самое простое – оттестировать на себе: вы придумали какие-то упражнения, пошли сделали, посмотрели что получается. Исключительно на внутренних ощущениях смотрите – то это или не то.

Другой этап – тестирование тренинга по частям. Тренинг разбит на блоки, поэтому можно взять како-той отдельный блок, и протестировать его с друзьями, единомышленниками. Бывают пикап-встречи, пикап сходки, как их ещё называют, тусовки пикаперские. Можно изложить какую-то часть своей модели и предложить поделаться частью упражнений, и посмотреть как получается, что получается при этом, какие изменения.

Самый надёжный способ – собрать тестовую группу и провести тренинг от начала и до конца. Дело в том, что тренинг можно считать законченным, пока он не прошёл тестового испытания. Поскольку именно при тестировании выделяются косяки с тренингом, выделяется то, чего не хватает, то что стоило бы включить, а может что-то стоит убрать, что-то лишнее обнаружиться. Вот именно проведение в тестовой группе позволит всё это выделить. Тестовую группу можно собрать достаточно легко – можно предложить в том пикап сообществе, где вы лично встречаетесь, можно на каком-то тематическом форуме, можно в комьюнити, так называемом ЖЖ, найти желающих бесплатно или за минимальную деньги протестировать тренинг.

Что включает тестирование тренинга – это ведение тренинга так, как будто он есть. С выдачей всей теории, в той последовательности как вы решили, с упражнениями, заданиями, демонстрациями, и смотрите какой результат это дало. После этого анализируете и если что-то вам не нравится, отправляете тренинг на доработку. Может быть придётся вернуться на шаг номер 1, где вы пересматриваете собственную модель соблазнения, может быть в ней что-то не так.

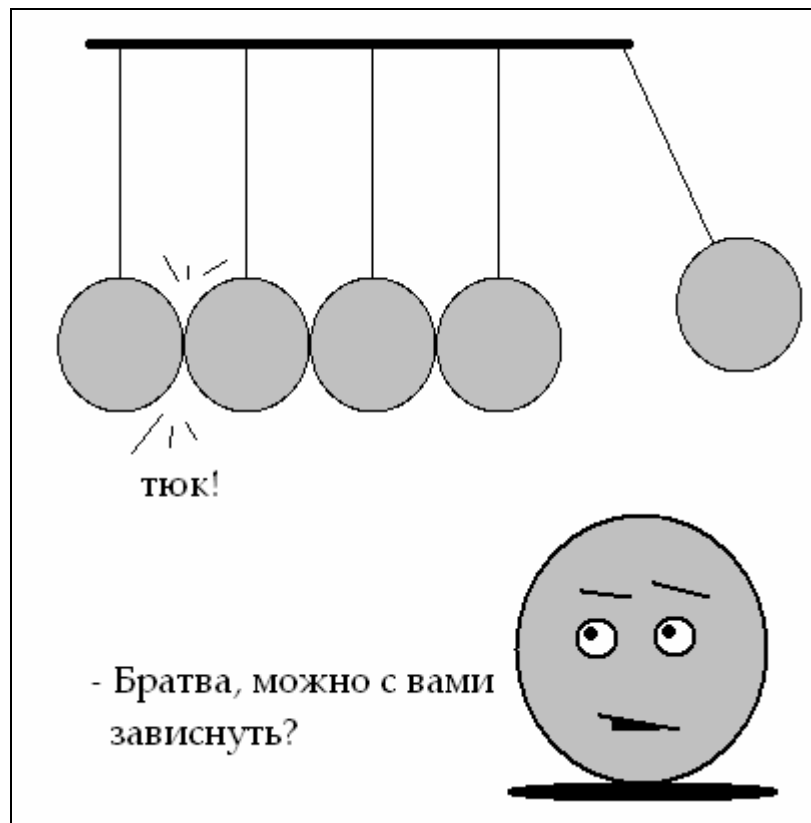
Если вспоминать свой первый тренинг, то чтобы получить максимум обратной связи, велась видеосъёмка, шла запись не для последующего распространения, а для анализа – как мы себя, два тренера вели, как подавался материал, чтобы выявить основные косяки. Просмотр этой записи потом дал очень много – кучу косяков было выявлено, но они все буквально легко ушли на следующий тренинг. Ещё первый тренинг, который провели, что временная рамка была выбрана не верно – оказалось слишком мало времени, и слишком интенсивно ложился материал. Нагрузка шла большая и слишком в сжатый срок. Что не давало запланированного эффекта. В последующем тренинг был увеличен.

Тестирование тренинга можно провести в два этапа:

- тестирование отдельных блоков включённых в тренинг,
- проведение тренинга в тестовой группе.

Главная задача на этом этапе – получить максимум обратной связи.

4.5. Ведение тренинга в малых группах.



Чем меньше количество человек в группе, тем менее слаб “эффект толпы” или так называемая “групповая динамика”.

*Детям больше нужен пример для подражания, чем критика.
(Жозеф Жубер)*

Что же такое представляет из себя малая группа – это от 3-х до человек 7. Средняя группа начинается от 8 и до человек 20. Почему малая группа до 7? Потому что каждый участник группы воспринимается как отдельный человек, когда больше – то группа воспринимается целиком, как что-то единое целое (толпа?). В больших группах не вёл, поэтому мне трудно говорить, что это такое. Большая – где скажем 30, 40 или 50 человек.

В чём основная особенность малой группы – каждый участник воспринимается отдельно, и общение 1 на 1 ещё полностью не утеряно. Тем не менее, в определённые моменты происходит слияние общения всей группы в одно целое, когда есть обсуждение совместное, когда всё внимание направлено к рассмотрению одной из проблем, или же делается совместное упражнение. В этом случае группу можно рассматривать, как отдельный объект.

Если честно, мне больше нравится вести в средних группах, где есть хотя бы 10 человек. В малых группах естественно будет вести работу с одним человеком на короткие промежутки времени и переключаться с одного на другого, и при этом подходе динамика тренинга не пострадает. Если же слишком много уделять внимания каждому во время работы в средней группе или большой, то соответственно остальные будут простаивать. Либо если это не предусмотрено программой тренинга и демонстрацией. В принципе группу даже из двух человек (не включая тренера) можно назвать малой.

Помню как интересно работа осуществлялась, когда я с одним из участников боролся с его социальными страхами, и он в качестве упражнения должен был выполнить танец в общественном месте. Идёт работа с ним, он никак не поддаётся ни воздействиям, ни уговорам, ни обращению к его опыту, авторитетам. Общение идёт 5 минут, 10... А рядом сидит другой участник тренинга, с ним работа не ведётся, но он это наблюдает, слушает, и где-то после 15-ой минуты сам не выдерживает, подрывается и начинает выполнять упражнение. Заканчивает садиться, и я вижу насколько его сильно это пробрало – учащённое сердцебиение, дыхание, волнение. При этом самостоятельно он это не мог выполнить сам.

<p>Особенность малой группы в том, что работа в ней близка к индивидуальной, и соответственно эффект такой же. В то же время уже начинают работать процессы обмена опытом и знаниями между участниками, когда достижения каждого из членов группы могут быть использованы всеми.</p>
--

4.6. Типовые проблемы при создании тренинга и их решения.



Многие проблемы легко решаются по мере их поступления.

*Решительность: настойчивость в достижении цели,
которую вы одобряете.
Упрямство: настойчивость в достижении цели,
которую вы не одобряете.
(Амброз Бирс)*

Может не получится вербализовать свой собственный опыт – что-то умеете, что-то хорошо получается, а вы не можете описать, как же этот навык работает – это не так страшно. Можно описать так, как получится – в этом месте делается то-то. В самом тренинге в этом месте предусмотреть демонстрацию, показать как это работает на себе. Вполне вероятно, что этого будет достаточно – в том состоянии глубокого раппорта (другими словами?), которое достигается при взаимодействии с группой, если он достаточно качественный, то такой демонстрации бывает достаточно, чтобы другой человек почувствовал и перенял этот навык.

Где вести тренинг – тренинги принято вести в специальных тренинговых помещениях, оно просторное, удобное – в нём обычно есть только стулья, которые можно двигать, перемещать и удобно выполнять упражнения. Понятно что снять помещение, может быть дорого, особенно если некоммерческий тренинг, или негде. Можно проводить тренинг на квартире, есть примеры когда ребята проводят тренинги на квартирах, правда не по соблазнению. Можно проводить тренинг в том месте, где будет происходить сама тренировка или упражнения. Это может быть уличный тренинг или же тренинг в самом клубе, вот где вы считаете лучше всего проводить тренинг, где определены рамки использования вашей модели – там и проводите, тренинг от этого только выигрывает.

Проблема страха перед выступлением в группе – особенно это может быть перед первым выступлением. Этот страх снимается, как и все остальные, путём того, чтобы начать это делать. Я лично для себя давно выбрал стратегию – нормально волноваться перед выступлением перед аудиторией, но я не даю разволноваться слишком сильно. Я считаю так – я вяжусь в драку, а там посмотрим что получается. И сколько я не наблюдал за собой в таких ситуациях, у меня получался только отличный результат. Это могло быть что угодно, начиная от сдачи диплома, когда я входил в аудиторию и позволял себе входить и начать излагать тему, и заканчивая первым тренингом тоже достаточно волнительное было ощущение, я просто позволил начаться тренингу, а дальше всё пошло само собой. Полагаю другие тоже могут пользоваться этой стратегией – главное шагнуть и оказаться в ситуации, а остальное уже возмётся из этой ситуации.

Проблема с дисциплиной и опозданиями. Основным мотиватором не опаздывать, служат наказания. Могу предположить, что если тренинг будет безумно дорогой, то на него никто опаздывать не станет. Если же человек считает, что заплатил не такие уж большие деньги, то он может позволить себе и опоздать – это скорее вопрос уважения собственного времени участником. Можно участников стимулировать дополнительными мерами – например оплата за каждую минуту опоздания, или же физическими упражнениями. Почему мне не нравятся опоздания, что они отвлекают, когда идёт динамика ведения тренинга, вы находитесь в разогнанном состоянии и тут появляется новый человек, который только только вошёл, он немного сбивает, как вас, так и в целом рабочий настрой группы. Хотя возможно если он тихонько вольётся, то может такой проблемы и не возникнет. Я считаю правильным строить дисциплину в группе на совместном договоре – то есть в начале, перед тренингом просто договориться, что тренинг проходить по таким правилам и предложить принять эти правила и обязательно самому их соблюдать.

Проблема экологии тренинга – насколько тренинг экологичен по отношению к участникам и девушкам. Вопрос этот весьма неоднозначный, и для меня понятие экологии слишком размыто и непонятно. Экология предполагает сохранение существующих связей

– либо внутри мозга человека, либо внутри социума. Мне так кажется, что любой тренинг не может быть экологичен по определению, по отношению к участникам. В результате тренинга участники получают новые знания и опыт и они по сути изменяются, они могут изменить мировоззрение при этом и становятся другими. И этот изменённый участник возвращается в семью или в рабочий коллектив или ещё куда угодно, конечно он уже является другим и требует чтобы его воспринимали по другому. Это первый момент. Второе – по отношению к девушкам. Экология – это не значит только творить добро, это сохранены связей такими, в том виде, в котором они есть. Когда тренинг требует тренировки на девушках, которые об этом не знают, то это тоже нарушает экологию. Не факт, что у участника сразу получится – неизвестно, как девушка отреагирует, и как сам участник это воспримет и что из этого получится. Я считаю, что из-за понятия экологичности не стоит париться. Нужно просто давать понятие экологии участникам. У каждого своя голова на плечах и стоит дать понимание общих принципов. Один из принципов не стоит делать тех изменений, которых человек сам не хочет. Ничего страшного, то что участник измениться, вплоть до того, что он посорится с какими-то знакомыми, перестанет встречаться со старыми друзьями и начнёт встречаться с новыми – в этом нет ничего плохого, если участник на это согласен. Но если участник на это не согласен, он не готов к этому – это нарушает экологию. Точно так же с девушками, если девушка не хочет того, что будет происходить, то это нарушает её экологию. Если же она согласна и ей это нравится, то экология соблюдена.

<p>Любую проблему можно превратить в задачу и найти ей решение. В самом крайнем случае, к проблеме можно поменять отношение. Но наилучшим решением, будет искать новые возможности в каждой проблеме.</p>

5. Жизнь тренинга.



Только хорошо сделанные вещи обретают собственную жизнь.

*Время — самый честный критик.
(Андре Моруа)*

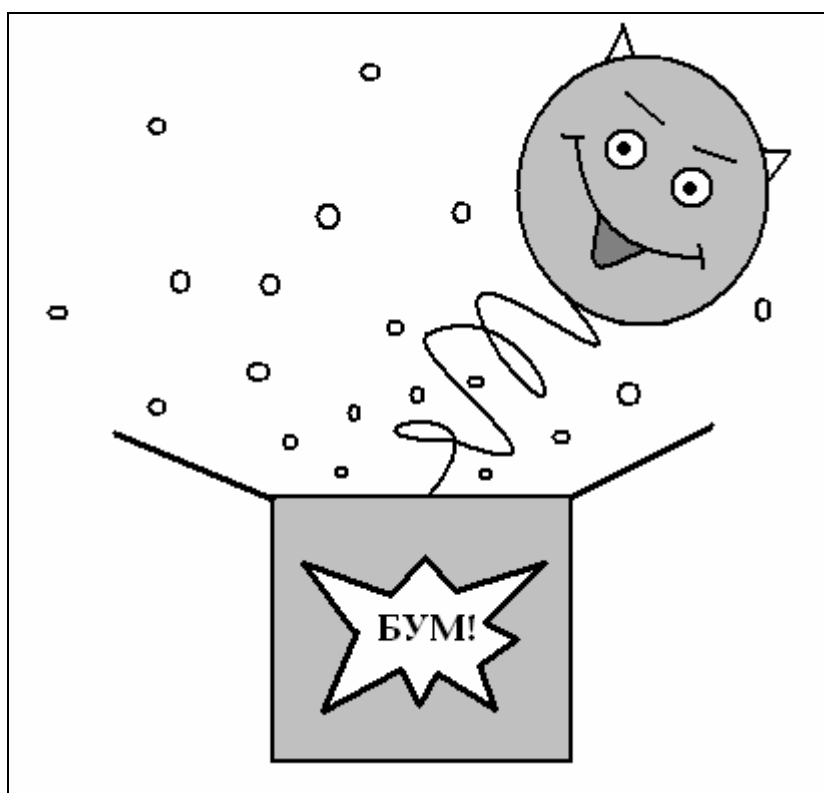
После того как тренинг сделан и запущен, выложен на рынок, он обретает собственную жизнь. Он становится самостоятельным субъектом рынка - о нём ходят слухи и общаются, его принимают в расчёт, с ним могут считаться, на него могут равняться, его могут копировать, он начинает собственную жизнь и занимает своё место. И в зависимости от своих качеств, он занимает собственную нишу. Причём не факт, что он займёт именно ту, что вы для него выбрали. После выпуска на рынок, обретя свою жизнь, он сам начинает стремиться в какую-нибудь из ниш и вам приходится его каким-то образом перестраивать.

Например, чисто рыночные ниши могут выделяться по стоимости тренинга – какую назначать стоимость, выбираете вы. Тренинги, которые будут создаваться вами – они являются особенными. Это тренинги персонализированны, тренинги одного тренера. Такой тренинг очень плотно связан с тренером, настолько плотно, что почти неразрывно – сложно будет представить тренинг без вас. Это приводит к тому, что особенности восприятия тренинга будут перетаскиваться на вас, а особенности вашего восприятия будет перетаскиваться на тренинг. В этом есть и плюсы и минусы. Основной плюс в том, что он является уникальным продуктом и его будет практически невозможно украсть или скопировать. Минус в том, что вы не сможете его клонировать и размножить до уровня массового тренинга. Но это не значит, что вы не сможете зарабатывать очень много.

Поскольку ваш тренинг является персонализированным, он будет развиваться вместе с вами, он может состариться вместе с вами, но умереть он может раньше вас. Когда он станет вам не интересен в том виде, и посчитаете, что он больше дать не может, вы можете его просто закрыть и не вести – на этом на тренинге может быть поставлена точка. А вы с этой точки можете создать что-то принципиально новое, что будет полностью отличаться от предыдущего и сможет полностью обновить бренд. Это достаточно лёгкий способ изменить восприятие продукта в глазах потребителя. Вчера это был тренинг Васи Пупкина, а сегодня это уже тренинг Василия Пупкинсона.

После выпуска на рынок, тренинг обретает собственную жизнь. Если вы рассчитываете, что ваши доходы будут зависеть от его жизни, вы должны внимательно заботиться о его позиционировании и имидже на рынке. Тем более, что он будет очень плотно связан с вами.
--

5.1. Как красиво упаковать тренинг.



Если вы собираетесь превращать ваш тренинг в товар, то следует позаботиться о его упаковке.

*Когда хочешь одурачить весь мир - говори правду.
(Бисмарк, Отто фон)*

Упаковка тренинга – это не обёртка на коробке, это его описание, то что может заставить человека, ознакомившегося с описаным, сразу захотеть его купить. В этом описании вы должны отразить ключевые моменты тренинга:

Во-первых, для кого этот тренинг – для таких-то мужчин, которые любят ходить на дискотеки и знакомиться там. Или же для молодых людей, которые хотят устроить свою личную жизнь. Может быть это для всех тех, кто испытывает затруднения при общении с противоположным полом. Прочитав эти пару строк человек должен узнать себя там.

Во-вторых, описание в целом, что из себя представляет тренинг. Тренинг из себя представляет набор техник по знакомству с девушками, или законченный курс от первого взгляда, до укладывания девушек в постель.

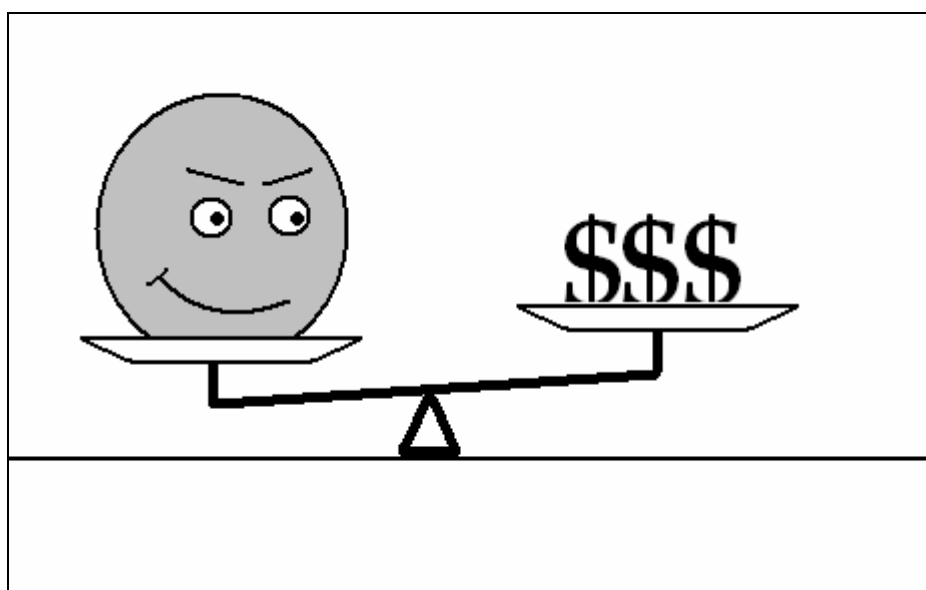
В-третьих, далее стоит заглянуть внутрь, чему человек научится, что нового узнает, что станет уметь, от чего избавиться. Некоторым больше нравится избавляться от страхов и неуверенности, чем приобретать смелость и уверенность. Набор ключевых моментов, что же люди получают.

В-четвёртых, можно поместить то, что получится на выходе, что же из человека получится, который прошёл тренинг. Такой взгляд в будущее. Иногда это может совпадать с тем, что хочет видеть другой человек. Может быть ему это просто понравится.

Элементом упаковки может служить промо-статья, которая опишет не в сжатой, тезисной форме, а достаточно развёрнутое и даже литературной – что это за тренинг, как он выглядит, с примерами и отзывами.

Упаковка тренинга – это его описание, то, что заставляет хотеть его купить.

5.2. Основы продажи тренинга.



Незачем изобретать велосипед, если можно воспользоваться готовым опытом, а иногда и услугами по продаже вашего тренинга.

*Весь мир продажен. Платить или брать плату — вот в чём вопрос.
(Цитата из повести «99 франков», Федерик Бегбедер)*

Традиционные методы продажи. Хотя мы и живём в век информационных технологий, не стоит забывать, что не всё население уже приобщилось к последним технологиям, в том числе и к Интернет. И вполне хорошо работают в не слишком крупных городах традиционные методы рекламы – обычная реклама на внешних носителях. На досках объявлений, вплоть до столбов, может быть реклама в газетах, в качестве объявлений. И это тоже будет иметь эффект. Единственное, что стоит к этому подходить с умом и несколько выделять свою рекламу по отношению к другой. Один из примеров – человек умудрялся собирать группы путём расклейки объявлений на столбах. Текст был совершенно простой “Секреты уличных знакомств” и два телефона, всё. Этими наклейками было заклеено половина центра города, а может и весь город, тем не менее таким способом он умудрялся собирать группы.

Есть более качественный продажи тренинга – с помощью сайта в сети Интернет. Сейчас именно в Интернет выходят люди для поиска интересующей информации и такая достаточно интимная сфера как знакомство и соблазнение ищутся люди в Интернете. Почему? Потому что Интернет позволяет оставаться анонимным, человек может анонимно заниматься тем чем ему хочется – кто-то лазит по порнушным сайтам, кого-то этот путь не устраивает кто-то ищет новые знания и с помощью соблазнять девушек. В этом случае вам понадобится промо-сайт тренинга. Где будет выложены:

- теория по пикапу,
- описание тренинга,
- информация о тренере,
- отзывы участников

Желательно теорию готовить самостоятельно, чтобы она была в какой-то мере уникальной – тогда люди будут приходить сами. Это тот минимум, который необходим для организации продаж через Интернет.

Далее используются рекламные компании в Интернет – баннеры, контекстная реклама, ссылки с дружеских сайтов, организация партнёрских программ. Это базовые принципы.

Существуют ещё альтернативные пути организации продаж. Например, написание книги, которая бы рекламировала бы ваш продукт, описывала бы вашу модель соблазнения. Это более сложный путь и относится к продвинутым техникам продажи.

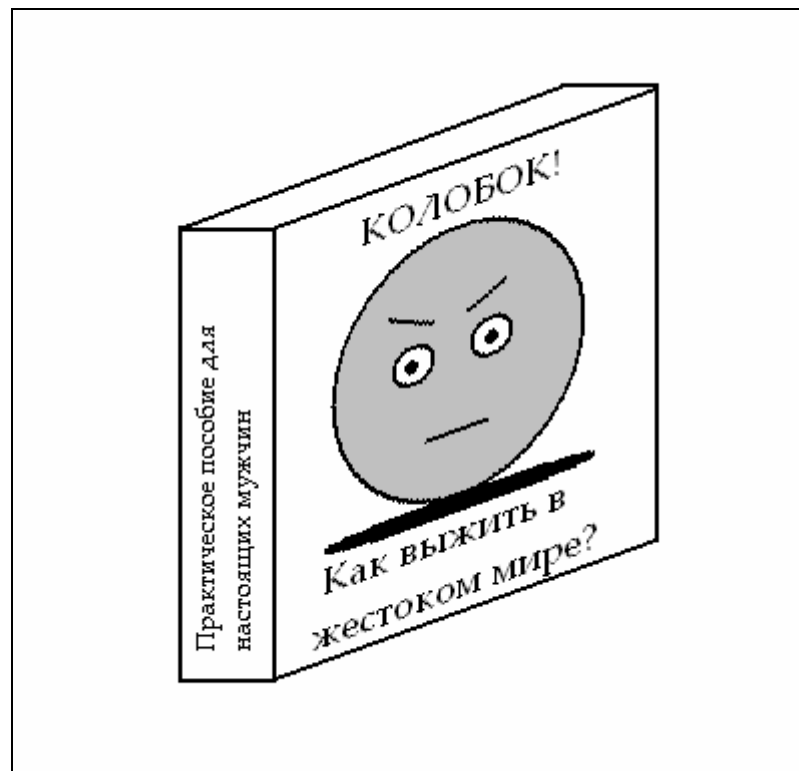
Ещё интересный способ продажи – организации продаж с помощью существующих тренинговых центров. Некоторые тренинговые центры уже сейчас в достаточной степени оценили востребованность тренингов по соблазнению и возможно согласятся продавать ваш тренинг, соответственно за какое-то вознаграждение.

Знаю пример, как человек с авторским тренингом сотрудничает с тренинговым центром и она сама занимается рекламой, размещает объявления в метро, обеспечивает помещением и решает организационные вопросы. Человеку нужно только вести тренинг.

Продажи тренинга можно организовать:

- традиционные пути, через обильную наружную рекламу,
- через Интернет-сайт,
- через существующие тренинг-центры и организаторов,
- посредством выпуска продающей книги.

5.3. Что дальше?



Если вас интересует построение серьёзного бизнеса, то вам стоит позаботиться о сколь-нибудь продолжительной стратегии развития.

Show must go on.
(Фредди Меркьюри)

Когда ваш тренинг готов, вы можете пойти по пути создания инфо-бизнеса – это значит, что следующим этапом будет запись тренинга на аудио или видео, и превращение его в инфопродукт.

Вот краткая стратегия предложенная **parabellum07** в его личном блоге - <http://parabellum07.livejournal.com/>:

1. Первым шагом будет написание книги, которая будет привлекать потенциальных клиентов на ваш сайт.
2. Второй шаг - создание малой коробки, включающей в себя аудио-видео тренинг и продажа её тем, кто купил книгу.
3. Третий шаг – это создание большой коробки, с подробнейши описанием вашего тренинга. Продаётся тем, кому не хватило малой коробки.
4. Следующий шаг – это уже продажа реального тренинга тем, кто желает лично обучиться у вас.
5. Продажа индивидуального коучинга.

Инфобизнес – это тот путь, который позволит вам зарабатывать серьёзные деньги на вашем тренинге.
--

6. Фишки!



Есть приятные мелочи, знание которых может значительно облегчить жизнь, или подсказать короткий путь.

*Учись так, как будто тебе предстоит жить вечно;
живи так, как будто тебе предстоит умереть завтра.
(Сэмюэл Смайлс)*

Фишка №1. Лучше всего тренинг создавать не одному, а с кем-то. Во-первых это веселее, а во-вторых, если ваш напарник не сильно успешных соблазнитель, он вам может хорошо помочь задавая спрашивая – А как у вас получается то? А как получается это? А что ты делаешь, чтобы это получилось? – вообще задавать целую кучу вопросов, ответы на которые могут стать огромным полем обработки и описание модели.

Фишка №2. Если вы не были ни на каких тренингах, то чтобы понять как они проходят, то можно посмотреть видеозаписи тренинга, но это даёт слишком отдалённое представление. Лучше побывать на каком нибудь небольшом тренинге и посмотреть как это всё происходит. С одной стороны - вы может что-то полезное выделите, причём можно побывать на тренинге не связанном с соблазнением, с другой стороны посмотрите как работает тренер. Кстати, побывав на тренинге по соблазнению, вы рискуете потом попасть под ярлык – вот он мой ученик, или он бывал на моём тренинге и предрал мою программу. Если вы не хочется отвечать на такие вопросы, то можете и не бывать на тренинге.

Фишка №3. Прикрутив к вашему сайту, где продаётся тренинг, форум, вы можете начать создавать собственное сообщество пикаперов. Особенно если в вашем городе такого сообщества нет отдельного ресурса, где бы они тусовались. Чем более широкой направленности оно будет, тем легче будет переманить с других более глобальных проектов, где тусуются все подряд пикаперы. Ваше сообщество будет привлекательнее тем, что оно будет более локальным и вы можете легко встречаться вместе, что может не так легко и возможно на более глобальных форумах. А уже отталкиваясь от форума, он может начать постепенно расти, это такой самораскручивающийся ресурс, если вы его вывели на достаточный уровень, то дальше он уже будет работать сам на себя, привлекая новых участников, которые могут стать вашими клиентами.

Фишка №4. Если не знаете как упаковать ваш тренинг или как оформить его, в этом случае можно обратиться к уже готовым продуктам. Но тут есть опасность, что ваш продукт, смоделированный, станет похож на первоисточник, и не исключены обвинения в том, что вы просто передрали. Тут можно обращаться к англоязычным форумам и сайтам и моделировать их. Наша широкая аудитория очень редко смотрит туда, чтобы вас как-то критиковать. В то же время существует мнение, что почти весь рынок российских тренингов моделирует западный.

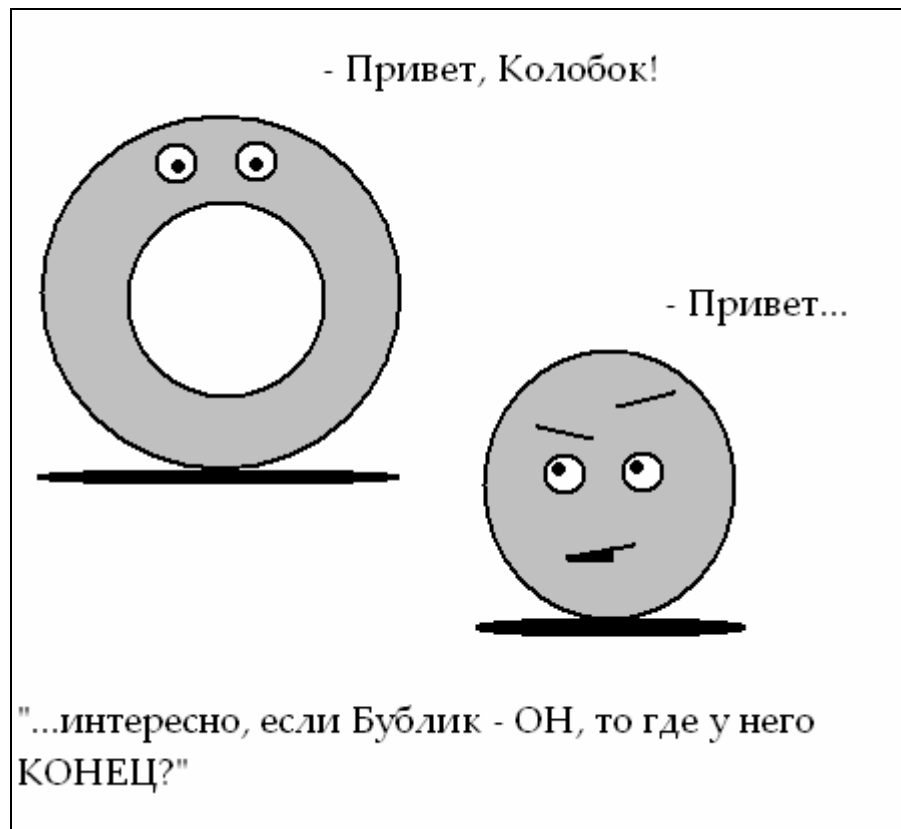
Фишка №5. СМИ, особенно молодёжные, довольно живо интересуются такой сферой как пикап, соблазнение, у них ещё достаточно острый интерес. И если у вас появится свой тренинг в каком-то городе, какой-то стране. Вы можете намекнуть СМИ, что есть такой тренинг и можно подготовить либо репортаж, либо интервью взять. Не исключено, что они сами будут вас находить при достаточно активной рекламе.

Фишка №6. Вы можете и сами выйти на контакт с каким-нибудь журналом и газетой местной, а ещё лучше национального масштаба, а ещё лучше - на ТВ попасть. Если получится с местными журналами сотрудничать – тоже хорошо. Вы можете вести колонку, по сути – это тот же ЖЖ. Если вы им уже пользовались, то у вас не составит труда вести колоночку, описывая принципы соблазнения, статьи писать или же живые истории.

Фишка №7. Запускать в сеть Интернет различные медиа-вирусы. Когда-то раньше было достаточно написать хорошего репорта, чтобы он хорошо разошёлся, то сейчас это может быть либо аудио, видео, можно выкладывать ролики на общедоступные сервера вроде YouTube, и ролик с вашими копирайтами смогут скачать сотни и тысячи людей.

Фишки мало знать, нужно их применять. По ходу применения вполне вероятно вы обнаружите собственные фишки, которые помогут поднять вашу результативность в разы.

Заключение.



Именно в конце начинается всё самое интересное.

*Совершенство в разработке достигается не тогда,
когда нечего добавить, а тогда, когда нечего убрать.
(Антуан де Сент-Экзюпери)*

Эта книгу можно воспринимать как старт, как то, что вам поможет продвинуться дальше. Если у вас есть желание двигаться дальше, развиваться, создавать что-то новое, с одним из основных желаний учить людей, передавать свой опыт, знания, навыки дальше. Если у вас есть это желание, то уверен, что книга вам поможет сделать следующие шаги в направлении реализации ваших желаний. Надеюсь, что книга поможет создать вам ваш первый тренинг. Я буду очень счастлив и горд за вас, что она помогла вам, дала толчок, показала что это не так уж и сложно, что под силу любому успешному соблазнителью создать собственный тренинг, возможно для своих, возможно для внутреннего пользования, пусть он не будет коммерческим, а станет развлекательным тренингом.

Я надеюсь, что благодаря книге пикап получит качественное развитие, что вы получите какие-то знания, продвинуть пикап дальше, вперёд. И соответственно меняя ту глобальную ситуацию, которая сложилась и продолжает складываться в пикапе.

Я вижу так, что в недалёком будущем разовьётся достаточно активно несколько тренинговых компаний, возможно будет создана наконец ассоциация пикап тренеров, или пикап-ассоциация. Эту идею выдвинул как-то Алекс Одесса. Это станут крупные игроки на глобальном фоне и в то же время возникнет много небольших, компактных, авторских тренингов, которые будут пользоваться популярностью, будут востребованы на рынке именно в силу своей уникальности. И это не правда, что тренинги созданные одним человеком, просто соблазнителем, который не обладает супер-пупер дипломами, сертификатами, не правда, что он является не профессиональным. И не правда, что успешные соблазнители не могут создавать собственных уникальных проектов. Думаю всё это возможно и вы будете делать это, и будете дальше развиваться, создавая что-то новое. Я верю, что в будущем возможно получит продолжение и некомерческая ниша, где будут оставаться люди, которые будут её поддерживать и развивать. Хотя бы потому, что некомерческая ниша позволяет легче общаться коллективному разуму. Там нету барьеров, выстраиваемых под завесой корпоративной тайной, под зарегистрированными товарными знаками, запатентованными методиками. Там нет этих ограничений и люди могут свободно обмениваться и выходить на новые уровни.

И именно в сочетании нескольких этих всех элементов и будет развитие. Если была только некомерческая – я не вижу в этом развития. Если только комерческая – опять же не то. Если только одна модель в соблазнении, пропагандируемая в СНГ, русскоязычном секторе – это было бы неправильно и в этом небыло бы развития. Без конкуренции некому подстёгивать друг друга. Именно из-за своего разнообразия будет куда развиваться, как нише, так и всем участникам этой нише – потребитель получит более качественный продукт, тренера найдут себя, гуру получают ещё больше опыта, станут ещё более известными и почитаемыми, если они к этому стремятся, тренинговые компании ещё больше заработают денег. В развитии ниши выигрывают все.

Единственное, не перестают утихать голоса, заявляющие, что пикап – это антисоциальное явление. Но не потому, что нарушает чью-то конкретную экологию, а в том смысле, что он вырывает из социума мужчин. Когда они идут за развитием, они на это время выпадают из естественной биологической цепочки, когда один мужчина находит одну женщину и они создают семью. В то время, пока мужчины продолжают увлекаться пикапом, семей не создаётся. А семья – это основа нашего общества. Именно в этом я вижу антисоциальность. Я считаю, что это не так убийственно для общества, поскольку выпадение мужчин, которые занялись соблазнением и пикапом, происходит лишь на некоторое время развития – год, два, три. Потом любому мужчине надоест, найдутся другие интересы, более увлекающие, чем просто женщины. Те кто занимаются только

жестинами – это примитивно. Это классно и интересно, но примитивно с точки зрения, человека как существа разумного и духовного. Есть масса сфер, где мужчина может реализоваться помимо секса и соблазнения женщин. Хотя бы тот же бизнес.

Если при создании тренинга у вас будет что-то не получаться, или вы же захотите создать более профессиональный продукт, вы можете обращаться ко мне. Я так же буду рад услышать от вас любую обратную связь по книге. С чем-то вы захотите поспорить, с чем-то согласиться. А может просто захотите просто пообщаться на тему развития изложенных идей – я буду рад это сделать.

Эта книга – лишь старт для тех, кто полон энергии и желания создавать что-то своё, новое и уникальное в нише пикапа. Создать свой тренинг просто, и это стоит сделать только для того, чтобы получить новый интересный опыт.
--

Контакты.

Со мной можно связаться любым удобным для вас способом:

E-mail: g.host@mail.ru

ICQ: 111-73-72-71

Skype: ivan.vedenin

Живой Журнал: <http://pickup-trainer.livejournal.com/>