

Роман Масленников

# Бизнес-тренер на \$миллион\$

**Личный PR**

**для бизнес-тренеров, ораторов,  
коучей**



Роман Масленников

**Бизнес-тренер на миллион.  
Личный PR для бизнес-  
тренеров, ораторов, коучей**

«Автор»

2014

## **Масленников Р. М.**

Бизнес-тренер на миллион. Личный PR для бизнес-тренеров, ораторов, коучей / Р. М. Масленников — «Автор», 2014

Эта книга для Вас, если вы бизнес-тренер, коуч, преподаватель, бизнес-консультант, и перед Вами стоят следующие задачи: — Вы хотите оригинально и эффективно выделяться из десятков, сотен и в скором времени тысяч похожих бизнес-тренеров? — Вы хотите выйти на новый уровень, пробить «стеклянный потолок» и запустить свой новый тренинг через «нового себя»? — Вы хотите знать самый Главный Пиар-Секрет, О котором не знает 90% ваших конкурентов, но который помог Лидерам рынка занять прочное положение? — Вы хотите делать осмысленные, просчитанные PR-акции, которые не только экономят Ваши деньги на рекламу, участие в ТВ-шоу, проплаченные статьи в газетах и обложки журналов, но и сам приносит прибыль? — Вы хотите, чтобы вместо торга за участие в Ваших тренингах люди платили большие деньги, невзирая ни на что? — Вы не можете позволить себе выкладывать огромные суммы в PR, но понимаете, что использовать PR-технологии необходимо? Тогда Вам просто необходимо знать определенные PR-законы и кейсы, которые заставят клиентов думать о Вас и Ваших тренингах днем и ночью, а потом приходить и покупать Ваши продукты и услуги. Книга рекомендована к обязательному прочтению для следующих аудиторий: 1) Начинающие бизнес-тренеры, которые работают менее года и хотят знать, как раскручиваться в перспективе. 2) Тренеры, давно работающие на рынке (от 3 лет и выше), прочно занимающие какую-то нишу. А также корпоративные бизнес-тренеры, которые хотят отправиться в «свободное плавание». 3) Продюсеры бизнес-тренеров, руководители продюсерских центров. «Не нужно искать и бороться за место под солнцем нужно самому быть солнцем, чтобы боролись за место под тобой», - напутствует современный российский философ. Послушаем же его совета и станем светить ярче!

© Масленников Р. М., 2014

© Автор, 2014

# Содержание

Предисловие	6
Зачем я написал эту книгу?	8
Ваш отзыв	10
Какие бывают бизнес-тренеры?	11
Тренер с нуля	12
Конец ознакомительного фрагмента.	13

# Роман Масленников

## Бизнес-тренер на миллион. Личный PR для бизнес-тренеров, ораторов, коучей

### Предисловие

Меня зовут Масленников Роман, и я специалист по пиару если и не с пеленок, то со школы точно, класса с десятого. Когда я начал заниматься пиаром, то еще даже не знал, что такое пиар, но я им уже занимался!

Многие коллеги по цеху называют меня «ведущим экспертом», однако сам я предпочитаю оставаться вечным учеником. В пиаре нельзя прерывать свое образование и самосовершенствование, как и в других профессиях тоже.

Короче, немного разбираюсь в пиаре.

Моя история. Когда я в 10 классе школы принес в газету свою первую статью, ее хотели завернуть по причине того, что это якобы какая-то реклама. Но я смог их убедить в том, что это нечто другое, ведь я объективно обозревал там культурные и значные места Твери. Тогда редакторы все-таки решили попробовать ее разместить.

В общем, это оказался пиар.

Впоследствии именно этим я и занимался и занимаюсь до сих пор. У моих клиентов выходили статьи в журнале «Форбс», эфиры на Первом канале, мы даже играли в игру «100 к 1». Все это было абсолютно бесплатно. И я вас этому научу! Если вы захотите меня услышать и понять, конечно же.

В этой книге я расскажу вам про типы бизнес-тренеров, которые обращаются за пиаром, и которым нужен пиар, как они думают. Потому что многим другим нужен не пиар как таковой, а его результаты: **новые клиенты, большие продажи, серьезные корпоративные заказы, «загон» людей на тренинги, раскрутка нового направления тренингов** и др. На самом деле, это должны быть результаты не только пиара. Должна вестись работа, как говорится, в комплексе.

Почему за решениями таких практических задач приходят именно к пиарщику или в пиар-агентство? Потому что есть понимание, что пиар – это те же публикации в СМИ, но только бесплатные, в отличие от рекламы, на которую везде стоит четкий прайс. Это не самое страшное. Прискорбно то, что на рекламных статьях практически всегда стоят пометки «реклама». А ее у нас не любят. Сразу возникает отторжение: опять что-то продают, большая наценка на товар за счет потребителя.

Не хочу как-то принижать рекламу, это просто факты. Вот вы, например, при просмотре любимого ТВ-шоу или во время программы по радио при виде заставки «реклама» что сделаете? Скорее всего, переключите канал, залезете в телефон, сходите на кухню или в туалет – в общем, займетесь своими делами. Так же и здесь. Дело, конечно, не в рекламе как таковой, а в том, что она плохо сделана и не там подана. Хорошая реклама в нужном месте и в нужное время – это прекрасный помощник и ориентир. Простой пример – контекстная реклама в интернете («Яндекс. Директ» или «Гугл. Адвордс»): ее показывают только тогда, когда вы что-то ищете. Но не о рекламе речь... Я все-таки считаю себя специалистом по пиару.

Так вот, редким бизнес-тренерам нужен именно пиар и его конкретные результаты: **узнаваемость, захват новой ниши, оправдание высоких гонораров, донесение результатов позиционирования и перепозиционирования до целевых групп, отвлечение внимания от чего-то ненужного вам, смещение акцентов, связи в нужных кругах, а также**

**быстрый вход на рынок при помощи какого-либо скандала или позитивной провокации.**

Я не скажу, что ко мне обращалось прямо-таки много бизнес-тренеров, но около десятка было.

В основном, конечно, я веду звезд, топ-менеджеров, вице-президентов банков, бизнесменов высокого полета, реже – чиновников. У нас есть голливудская звезда, которая проживает в Лос-Анджелесе, но пиарим мы ее в России.

Среди наших клиентов было очень много диджеев. Настолько много, что мы написали даже целую книгу

«СуперДиджей»<sup>1</sup>, у которой есть продолжение «СуперДиджей-2»<sup>2</sup>. В принципе, методы раскрутки любых творческих и бизнес-единиц (певцов, артистов, музыкантов, стилистов, юристов, адвокатов, консультантов, бизнес-тренеров, а также звездных персон) очень и очень похожи.

Игорь Манн в своем труде «Номер 1. Как стать лучшим в том, что ты делаешь»<sup>3</sup> рекомендовал мою книгу по персональному пиару «Ты – суперличность. Остальных – к черту»<sup>4</sup>. В его рецензии были такие слова: «В первой части книги есть много хороших советов».

Так вот, данная книга призвана быть той самой второй частью книги «Суперличность», где дано множество системных практических знаний.

Будьте суперличностями!

---

<sup>1</sup> <http://www.litres.ru/roman-maslennikov/mariya-strahova/superdizhey-kratkiy-kurs-po-raskrutke-33-recepta/>

<sup>2</sup> <http://www.litres.ru/roman-maslennikov/superdizhey-2-45-receptov-po-raskrutke/>

<sup>3</sup> <http://www.litres.ru/igor-mann/nomer-1-kak-stat-luchshim-v-tom-chto-ty-delaesh/>

<sup>4</sup> <http://www.litres.ru/roman-maslennikov/ty-superlichnost-ostalnih-k-chertu/>

## Зачем я написал эту книгу?

И не только эту.

Почти все свои книги я пишу для того, чтобы ответить на Часто Задаваемые Вопросы. Почему почти? Потому что оставшееся небольшое число книг написано или для себя, для семейной памяти, или для очень узкого круга лиц – друзей, творческих одаренных пиарщиков или коллег по проектам, таким как PR-волонтерская деятельность на Олимпиаде-2014 в Сочи.

То есть в своих книгах я **массово отдаю знания Вам** не только по благотворительной причине, но и из-за банальной лени.

У многих клиентов, заинтересованных в раскрутке, очень похожие проблемы.

Например, у бизнес-тренеров, которые будут подробно разбираться в книге, задача в основном одна:

### Жизнь человека без ежемесячной зарплаты

Jan. 22nd, 2014 at 9:48 AM



Жизнь человека без ежемесячной зарплаты все-таки устроена очень просто.

Есть проект — работай.

Нет проекта — занимайся продажами или маркетингом.

Нет желания продавать — значит не веришь в свой продукт, придумывай новый.

Не знаешь, какой новый — читай, учись.

Не знаешь, чему учиться не на что учиться, нет желания учиться — ммм.... ок, это представляет некоторую проблему. Но в остальном все очень понятно.

Tags: [just a thought](#)

[2 comments](#) | [Leave a comment](#) | [Add to Memories](#) | [Share](#) | [Link](#)

5<sup>5</sup>

И объяснять каждому одно и то же немножко утомительно. Проще говоря, скучно. Кроме случаев, когда за такие индивидуальные консультации платятся деньги, разумеется.

Нет, мы можем всегда говорить, что «ваша проблема, уважаемый клиент, очень индивидуальна» и т. п. Для вежливости. Куда веселее сказать: приходите на мастер-класс или прочтите книгу. Там все есть!

По статистике, для более 500 моих клиентов 90 % задач по раскрутке были очень и очень похожими. А инструментарий использовался на 99 % похожий. Когда у тебя в руках молоток, все проблемы будут казаться гвоздями. :)

Сейчас я этот молоток бережно передаю в ваши чуткие руки.

И не забивайте на собственный пиар!

### Отзывы бизнес-тренеров и продюсеров о тренинге «PR для бизнес-тренеров»

**“Семинар был полезен конкретными примерами и рецептами, изложенными простым и доступным языком”.**

Алексей Урванцев, тренер и консультант по активным продажам и ораторскому мастерству, входит в топ 20 лучших тренеров по продажам

---

<sup>5</sup> <http://kapterev.livejournal.com/919192.html>



**“Актуально, интересно. Готовлюсь что-то из услышанного применить”.**

Юрий Притула, руководитель тренингового центра TLC (Отношения мужчин и женщин),  
Москва – Киев

**“Была на курсе Романа Масленникова по пиару для тренеров. Скажу, что эта тема очень нужная и стратегически важная, но мало кто всерьез задумывается об этом. Рома дает очень четкое представление о том, из чего состоит пиар-стратегия, что и как нужно делать. Также ценно, что Рома – практик, а не теоретик. Он приводит очень много интересных и показательных кейсов из своей работы. Я и не подозревала, какого серьезного эффекта можно добиться с помощью грамотного пиара.) Спасибо!”**

Анна Мельянцова, менеджер проектов тренинговой компании «Земскова. ПРО»

**“Доволен продуктом. Готов рекомендовать как профессионального партнера по данному направлению”.**

Максим Легошин, продюсер, ГК «LV Partners»

## **Ваш отзыв**

Если вам книга также покажется интересной – буду ждать ваш отзыв на почту! RM@msk-pr.ru

При вашем желании он будет опубликован.

## Какие бывают бизнес-тренеры?

Краткий дайджест того, что вас ждет в книге, если вы не успели вчитаться в оглавление. В этой книге мы разберем типы бизнес-тренеров.

Мы также рассмотрим основные ошибки, которые допускают бизнес-тренеры при общении с представителями СМИ.

И, наконец, я дам вам «дорожную карту» продвижения, состоящую из десяти пунктов, которые обязательно должен пройти каждый уважающий себя бизнес-тренер.

Тем, кому будет мало обязательной программы, почерпнут для себя еще 11 крутых фишек.

Итого: 21 PR-прием у вас в наличии.

Также мы немного коснемся темы, как правильно общаться со СМИ. Если вы будете сами делать себе пиар, вам эта информация обязательно понадобится.

Надо понимать, что общение со СМИ – это главное, что должен осуществлять человек, продвигающий себя, потому что через СМИ люди узнают о вас опосредованно, а значит, больше вам доверяют.

Сравните: если вы говорите, какой вы классный и крутой, и если такое говорят про вас третьи лица. Это совершенно разные вещи. Так вот, если о вас написано в газете, то этому верят безоговорочно.

Итак, какие бывают бизнес-тренеры?

## **Тренер с нуля**

Есть «очень начинающие» бизнес-тренеры, которые просто «нулевой нуль». То есть человеку вчера стукнуло в голову: «А дай-ка я стану бизнес-тренером и буду вести тренинги». Как говорит одна моя очень хорошая знакомая, профи в этом деле и продюсер с десятилетним опытом: «Сейчас кто не фотограф, тот тренер». Андрей Парабеллум на «Тренинге тренеров» говорил, что «на рынке сейчас засилье дилетантов, которые не хотят становиться профи».

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.