

כמה עצות להתפתחות עסקית ומקצועית למאמנים

סיימת קורס אימון, הצטיינת בלימודים, נהנית מכל רגע, הרגשת את החשיבות והמשמעות. אבל פתאום בחיים האמתיים, עולות השאלות: האם אני מספיק טוב ומקצועי? האם אני יכול לקחת אחריות מקצועית על האנשים שאאמן? ההבנה כי יש הבדל בין אימון במהלך בסטאז' תחת ליווי צמוד לאימון מחוץ לבית הספר לבד, נכנסת למחשבות.



בתחילת הדרך, למרות שכולם אמרו לך שאת-ה מאמן לחיים, שהצלחת לגרום לשינוי משמעותי בחייהם, משהו בפנים לא שקט, והתחושה היא של לבד במהלך. בנוסף, מגיע הרגע שההנאה והידע אינם מספיקים כדי להפוך את האימון למקצוע ומקור פרנסה. כלומר, שצריך לעשות שיווק ופרסום, להגביר את החשיפה וההכרות אליך. כלומר, להיעזר בכלי שיווק אינטרנטיים, שאולי את חלקם ניסת - פתחת דף פייסבוק, בלוג, אבל משהו לא עובד, אנשים לא מגיעים אליך כמאמן מקצועי, והפריצה המיוחלת עדין לא מתרחשת.

נכון, למדת אימון אבל לא למדת להקים עסק. מה זה אומר? האם אני יכול להקים עסק ולהתפרנס ממנו? מהיכן להתחיל? האם מתאים לי להיות עצמאי? אני עובד בעבודה כשכיר ותחום האימון הוא נוסף על מה שאני עושה בקריירה מה עושים?. אני חולם על עסק שיעסוק באימון אבל איך זה קורה בפועל? איך יגיעו מתאמנים, מי בכלל קהל היעד שלי? למי אני פונה? ועוד ועוד שאלות.

המומחים של לשכת המאמנים, מבינים את כל הלבטים והקשיים, והכינו לך מדריך עם עצות זהב לבניית האימון כעסק משגשג שלך.



להתמודד עם תחושת הבדידות

האימון הוא נפלא, מצמיח, נותן תחושת משמעות והרגשה של עשיית הבדל, אך יחד עם זאת לא פעם המאמן מוצא את עצמו בודד, ללא תחושת שייכות למקום וארגון. תחושת הבדידות מביאה לא פעם להרהור האם נכון לי להמשיך במקצוע האימון או לחזור לתפקידי הקודם...

במקצוע האימון חשוב ומחייב לייצר קבוצת עמיתים, קולגות הנפגשים באופן קבוע, מעלים דילמות ומפרים זה את זה.

מאמן מקצועי הוא כזה הרוצה ללמוד ולהתפתח כל הזמן ולעיתים קרובות המאמנים הולכים ללא הפסק לקורסים, הרצאות ותהליכים שונים לטובת ההתפתחות האישית, אך לא פעם זה מגיע על חשבון ההתפתחות העסקית והכלכלית.

ראשית, הצטרף אלינו לקבוצת לשכת המאמנים בפייסבוק "חברי לשכת המאמנים", ועקו אחרי הדיוור שלנו שם אנחנו מפרסמים את כל הארועים בלשכה ומבתי ספר אחרים. אופציית לימודים והעשרה, חברותא והתפתחות.

להתחיל לחשב כעסק!

i. מי קהל היעד שלך?

ראשית בואו נכיר לעומק את קהל היעד שלנו, נכיר את הלקוח האידיאלי. האם יש לנו יותר מקהל יעד אחד? מיהו, מה מעניין אותו, מה הצרכים שלו, מה עושה לו טוב, מה קשה לו, איפה אני יכול להשתלב ולענות הכי טוב לצורך שלו?

קחו דף ורשמו לעצמכם את שם העסק והמוצר או השרות שלכם, וכתבו 2-3 שורות על העסק ועל ההבטחה: לדוגמא: "אימון מקצועי" היא חברה שעוסקת ביעוץ שיווק וניהולי, ליווי למינוף עסקי ושיווקי של עסקים קיימים ועסקים בהקמה.

בשלב הבא כתבו את כל קהלי היעד שלכם, כלומר למי השרות או המוצר שלכם מתאים.

ומלאו עבור כל קהל יעד בנפרד כמה שיותר פרטים לפי הרשימה הבאה. אם ללקוחות שלכם יש אפיון נוסף כתבו אותו. המטרה שתכירו את הקהל שלכם לעומק ותכוונו במדויק את המיתוג שלכם לצורך הספציפי שלו.

• בן כמה הוא:

• מין ז/נ :

• אזור מגורים :

• מצב משפחתי :

• מצב סוציו אקונומי:

• שלב בחיים:

• מגמות :

• מה מטריד אותו :

• מה מפחיד אותו :

• מה מתסכל אותו.



- למה הוא משתוקק :
- מה מפעיל אותו הכי חזק רגשית :
- מה יכול להיות בשבילו משהו בעל ערך / מדריך/עצות/סרטון הדרכה שיוכל שתקדם אותו בהשגת מטרותיו –
- מה התכונות שיפסלו אותו כלקוח אידיאלי :
- מה יגרום לו לסמוך או להאמין :
- מה תהליך קבלת ההחלטות שלו :
- מה ערכי היסוד שלו:
- מה הקישורים הנפשיים/קוגניטיביים שלו, האם הוא ערוך לשינוי:
- האם הוא בנוי לתהליך כולל תשלום כספי תמורת ההנחיה והידע:
- לאחר שהגדרנו את קהלי היעד שלנו, מכירים את הלקוח האידיאלי שלנו ויודעים לזהות אותו בין כל האנשים, אנחנו יכולים להתחיל לייצר תהליך הכרות ואמון נכון יותר. המטרה שלנו היא שאנשים ירגישו בנוח ויסמכו עלינו.

ii. מיפוי מתחרים

- הכינו רשימה מפורטת של מיהם המתחרים שלכם ומה הם מציעים. נכון, זה קשה, לפעמים זה מעורר אי נוחות, בואו ננסה למנף אותה להצלחה שלכם.
- ניתוח מתחרים - רישמו לפחות 5 מתחרים מובילים, מהסביבה הקרובה אליכם ותחומי האימון הדומים לתחום שלכם. הגדירו במה אתם שונים מהם, מה מבדיל אתכם מהם, מה הבידול שלהם?

iii. הגדרת הבידול העסקי בהתאמה לקהל יעד נבחר.

- למה חשוב לבנות מותג? בעולם המערבי, העמוס בגירויים ובאפשרויות, קיימת תחרות רבה בין המוצרים והשירותים השונים וההתמודדות היא על לבו של הלקוח הפוטנציאלי במטרה לייצר לקוח נאמן. כדי להיכנס לתודעה של הלקוח אנחנו צריכים לענות על הצרכים והערכים להם הוא זקוק.

מיתוג עסקי מייצר את ההבטחה העומדת מאחורי השרות או המוצר שלכם.

מיתוג מייצר:

- הגדרה – המיתוג מגדיר את העסק ואת ההבטחה שעומדת מאחוריו. במקרה של אנשים הוא מגדיר תכונות אופי, יכולות, כישורים וכד'.
 - זהות – המיתוג יוצר זהות של העסק- תג זיהוי ושפה משלו שניתן לזהות אותה תמיד.
 - בידול – התרומה הייחודית שיש לעסק, שעונה בדיוק לצורך ספציפי של הלקוח.
 - ייחוד – במה העסק שלנו ייחודי? מה שונה או אחר בעסק שלכם שיגרום לאנשים לרצות אותו.
- כעת הגדירו שלוש תועלות שאתם נותנים בעסק שלכם.



iv. חזון עסקי

חשוב לפרט כמה שיותר כיצד תרצו לראות את העסק בעוד 5 שנים מהיום. בחזון עליכם לכלול את הייעוד, השליחות, הבשורה, האני מאמין וכמובן מטרות ויעדים ברורים, מדידים וברי השגה. ההחלטות של הלקוחות שלכם מבוססות על תהליך רגשי, בתהליך הרכישה של הלקוח מעורבים פרטים רגשיים רבים. תנו ללקוח שלהם את מה שהוא מבקש – 80% מתשומת הלב להצעה ללקוח זה הסיפור השיווקי, ליצור חיבור רגשי עם הלקוח, ולייצר רצון וצורך לקבל את השירותים שלכם. חשוב שאנשים ידעו מי אתם, מה אתם יכולים לתת להם. תקפידו לתת לאנשים את התועלות, לבנות את האמון וההזדהות אתכם, לגרום לאנשים להאמין לכם, להכיר אתכם, להאמין לכם ואז לתת בכם אימון.

v. מיתוג גרפי

בשלב הזה מצפה לכם בחירת לוגו ושם, יצירת מסמכי תקשורת שיווקית בסיסים: כרטיס ביקור, פרופיל (במייל, במצגת, בפרינט), חשבונות מס/קבלה. בזירה הדיגיטלית המשימות הן: הקמת עמוד עסקי בפייסבוק, הקמת אתר לעסק. אם אלה כבר קיימים, כעת עליכם לשלב תכנים שמעניינים את הלקוחות שלכם. את תחומי העניין שלהם תכירו לאחר חקר לקוח מפורט, לכן אל תוותרו על השלב הזה. ממה מתחילים? תנסו ליצור מאמר או מעורבות בכתבה כלשהי, לספר על הבשורה שלכם לעולם, לנהל את יחסי הציבור שלכם בדרך מעניינת.

vi. תחילת הפעילות השיווקית

כעת חשוב מאוד להקדיש זמן לבניית תכנית שיווק ורכש מדיה ממוקדת לנישה ע"פ תקציב מוגדר מראש ומדדי הצלחה. ואולי השלב הקריטי ביותר הוא הגדרת השותפים שלך לדרך - את מי אתם רותמים על מנת להצליח. אי אפשר להצליח לבד מחקרים מראים שהצלחה מגיעה באמצעות שני דברים: חדשנות ושיתופי פעולה!

הלשכה תומכת ומקדמת ברמה האישית, מקצועית ועסקית.

התכנים הניתנים במדריך הם חלק מתכנים מקצועיים של לשכת המאמנים, הבית של כל המאמנים המקצועיים בארץ. הלשכה נוסדה לתת מענה בדיוק לצרכים ולקשיים אותם פרטנו במדריך ולחשוף את המאמנים לתכנים מקצועיים ומעמיקים, וזאת באמצעות מנחים ומדריכים מוסמכים. הלשכה שמה דגש מיוחד על הקידום העסקי של המאמנים, התייחסות ליכולות והעוצמות וכן לחולשות וחסמי ההצלחה של העסקים בתחום האימון.

במפגשים אנו נותנים כלים לתכנון ופיתוח תהליכי עבודה עם התייחסות לשיווק, מיתוג ויצירת זהות אישית וארגונית.

במקביל להתפתחות האישית מתרחשת התפתחות מקצועית של הנעה לפריצת דרך אישית ועסקית. הסדנאות וההרצאות מקנות כלים ותובנות על חסמי ההצלחה אישיים ומקצועיים, נותנות כלים לפרוץ אותם ומלמדות תהליכי תקשורת, שיווק ומיתוג עצמי. מניסיונו הרב, לכלים למימוש עצמי והגדרת הערך של העסק שלי יש חשיבות מכרעת בדרך לניהול עסק משגשג.

בהצלחה!