

SEMINARIO

Impulsa tu Negocio de Coaching

- ¿Qué ingresos quiero tener?
- ¿Cuántos clientes necesitaría tener?
- ¿Qué me falta para conseguirlos?
- ¿Cuáles son los indicadores críticos de mi negocio?
- ¿Cómo los mido?

¡NUEVA CONVOCATORIA!
3 y 4 de Octubre 2009
INTENSIVO FIN DE SEMANA

Mientras un Coach está en su etapa de formación, conoce la utilidad del Coaching y lo aplica a su propia realidad. Es así como se descubre el gran impacto que el Coaching puede tener en los resultados de las personas y, en definitiva, en su calidad de vida. Durante la formación, el aspirante a Coach conoce nuevas personas, normalmente muy interesantes, con las que inicia una relación personal – profesional gratificante e, incluso y con un poco de suerte, hasta rentable económicamente.

A medida que el nuevo Coach se introduce en el mundo profesional del Coaching, comienza a escuchar mensajes de Coaches ya consolidados con grandes negocios ya establecidos. El nuevo Coach comienza su actividad con gran entusiasmo, con la certeza de que “si crees que puedes o crees que no puedes, estás en lo cierto” (H. Ford).

Es en este momento cuando el Coach decide definitivamente crear e impulsar su negocio de Coaching. Para ello, se hace con un despacho, con una línea de teléfono y el imprescindible equipamiento informático. Imprime sus tarjetas de visita y su papel “corporativo” y espera pacientemente que suene el teléfono y alguien al otro lado diga: “Querría contratar los servicios de un Coach, ¿Conoce usted a alguno?”.

Hasta aquí, todo perfecto. Ahora la siguiente realidad. Lo cierto es que el teléfono no suele sonar y que no hay personas que se pasen por nuestro despacho “por generación espontánea”. Entonces, los nuevos coaches, que en muchos casos no han lanzado ninguna otra actividad profesional anteriormente, se preguntan: **¿Y ahora que hago?. Este seminario pretende precisamente ayudar a encontrar la respuesta a esta simple pero no sencilla pregunta.**

Objetivos:

Aprender las claves para gestionar con eficacia tu negocio de coaching

Al finalizar el curso, habrás aprendido a ...

- Identificar nichos de mercado
- Utilizar las herramientas de marketing que mejor funcionan para los Coaches
- Anticiparse a lo que los clientes desean y necesitan
- Trabajar con técnicas de coaching y PNL a la hora de planificar la estrategia de marketing
- Confeccionar una oferta de servicios atractiva
- Conseguir contratos de clientes de diferentes tipos (individuales, pymes y grandes organizaciones)
- Plantear un material de comunicación eficaz (artículos, folletos, sitios web, cartas, etc.)

Con el objetivo final de convertir en hábitos estas prácticas, trabajaremos tu realidad concreta para superar tus barreras

Información e inscripciones: www.redcoaches.com – formacion@redcoaches.com

C/López de Aranda, 35. 28027 – Madrid
Tel: 616 41 26 62

www.redcoaches.com – formacion@redcoaches.com

“Aplicando el Coaching en ayuda de los Coaches”



red
de
coaches

Dirigido a:

- Coaches profesionales
- Personas interesadas en el negocio del Coaching y su puesta en práctica



Facilitador:



José Ramón Luna
Consultor de Empresas
Coach Ejecutivo
Formador en Habilidades

Metodología:

Aprendizaje y entrenamiento de habilidades en aula

- Formación vivencial basada en una exposición participativa de los elementos teóricos.
- Casos prácticos.
- Herramientas de Auto-diagnóstico

Programa:

○ EL MARKETING DE LAS GRANDES APLICADO A TU NEGOCIO DE COACHING

- ¿Sirve el marketing tradicional (Coca Cola, Mc Donalds, etc.) para impulsar un negocio de coaching?
- Conceptos de coaching y marketing
- Veamos una visión general

○ PREPARANDO MI NEGOCIO DE COACHING

- ¿A quién me dirijo exactamente?. ¿Sé cómo contactarles?
- ¿Dónde quiero llegar y cuándo?. Objetivos SMART
- ¿Qué necesito?. Personas, medios y dinero
- ¿Cuáles son mis puntos fuertes y débiles?. Superando barreras y creencias limitantes
- ¿Cuánto valen mis servicios?. ¿Qué precio cobraré?

○ DEFINIENDO UN MENSAJE CON IMPACTO

- Y esto del Coaching, ¿para qué?. ¿Qué buscan y esperan los Clientes?. Elementos técnicos y emocionales
- ¿Cómo contratan los Clientes?. Las distintas “máscaras del Cliente”
- ¿Cuáles son los beneficios de mis servicios?.
- ¿Cuáles son las principales objeciones que me pueden poner?
- Definiendo un mensaje que realmente venda.

○ ESTABLECIENDO CONTACTOS: NETWORKING Y RELACIONES PÚBLICAS Y OTROS MÉTODOS

- Las personas contratan con personas
- ¿A cuánta gente conozco?. ¿Y tú?. Por favor, dame referencias
- Barreras que limitan el networking. Cómo superarlas
- Networking eficaz. Lugares y organizaciones
- Relaciones públicas: Métodos para “aparecer en los papeles” y “que hablen de mí aunque sea mal”
- Marketing en Internet y otras cuestiones tecnológicas

○ CONSIGUIENDO CONTRATOS

- El vendedor - coach
- ¿Qué quieres que te cuente?
- ¿Cómo transmitir lo que realmente quiero decir?
- Parece que está todo claro. ¿o no?
- ¿Cuándo le parece que empezemos el proceso?
- Algunas cuestiones administrativas sobre el contrato

○ Y AHORA, A MANTENER EL NEGOCIO

- Herramientas prácticas de fidelización y mantenimiento de las relaciones con los Clientes

Fechas y horarios:

Días 3 y 4 de octubre de 2009

Día 3: de 10: a 14:00 y de 16:00 a 19:00

Día 4: de 9:00 a 14:00 y de 16:00 a 19:00

Lugar de realización:

Sala céntrica en Madrid

Se confirmará como mínimo 7 días antes del curso

Condiciones económicas, descuentos y formas de pago:

La inversión en el curso es de **395 euros**.

Incluye:

- La asistencia al curso en aula
- Las herramientas utilizadas durante el curso
- Descansos y cafés

Formas de pago:

- Posibilidad de fraccionar en dos pagos del 50%
- Pagos on line, en metálico y por transferencia

Más información: 616 41 26 62

Descuentos:

- Descuento a miembros de Red de Coaches: **100 euros**
- Descuentos a coaches miembros ICF e IAC: **50 euros**

Consulta otros descuentos (grupos, empresas, etc.)

- **PAGO ON LINE** (Tarjeta de crédito o PAYPAL) en **www.redcoaches.com**

