



**УТВЕРЖДАЮ**

**Тюрин Евгений Александрович**

**«10» февраля 2026 года**

**Дополнительная общеразвивающая программа**  
**«Бизнес-клуб “Грани”. Тариф Эксперт. Полноценная**  
**пошаговая программа по открытию и масштабированию**  
**студии своей мечты»**

**г. Москва**

**2026**

## **1.1 Учебно-тематический план**

дополнительной общеразвивающей программы

### **«Бизнес-клуб “Грани”. Тариф Эксперт. Полноценная пошаговая программа по открытию и масштабированию студии своей мечты»**

**Форма обучения** – онлайн

Расчет учебного времени:

Количество учебных дней - 365

Количество учебных часов - 106,95 часа

#### **Структура и Содержание программы**

Программа охватывает ключевые аспекты запуска и развития дизайн-студии, включая, но не ограничиваясь: бизнес-планирование, финансовый менеджмент, маркетинг и продажи, юридические основы, операционное управление, проектный менеджмент, управление командой и стратегии масштабирования. Детальное содержание модулей будет представлено в учебном плане.

#### **Цели и планируемые результаты обучения**

##### *1. Формирование предпринимательского мышления:*

- Переход от роли исполнителя к роли владельца бизнеса и стратега.
- Развитие навыков стратегического планирования и бизнес-видения.

##### *2. Разработка бизнес-стратегии и модели:*

- Помощь в определении уникального ценностного предложения.
- Обучение созданию бизнес-плана, включающего миссию, видение и долгосрочные цели.
- Изучение различных моделей монетизации и ценообразования услуг.

##### *3. Финансовое управление и ценообразование:*

- Разработка справедливой и прибыльной системы ценообразования для различных видов услуг.
- Управление затратами и обеспечение финансовой устойчивости студии.

##### *4. Маркетинг и привлечение Клиентов:*

- Освоение инструментов цифрового маркетинга (соцсети, сайт, портфолио).
- Развитие навыков построения личного бренда и бренда студии.
- Техники продаж и переговоров с потенциальными клиентами.

*5. Операционное управление и проектный менеджмент:*

- Оптимизация внутренних рабочих процессов и стандартов студии.
- Эффективное управление проектами от брифа до реализации.
- Инструменты для тайм-менеджмента и повышения продуктивности.

*6. Управление командой и кадрами (для масштабирования):*

- Навыки найма, обучения и мотивации сотрудников.
- Создание эффективной корпоративной культуры и системы управления командой.
- Делегирование задач и контроль качества.

*7. Масштабирование и развитие:*

- Стратегии роста и расширения услуг/географии.
- Поиск новых источников дохода и партнёрств.
- Анализ рынка и адаптация к изменениям.

***В результате прохождения программы участники смогут:***

- Разработать полноценный бизнес-план для своей дизайн-студии.
- Создать эффективную маркетинговую стратегию и начать привлекать целевых клиентов.
- Установить прибыльную систему ценообразования и управлять финансами.
- Организовать внутренние процессы студии для максимальной эффективности.
- Сформировать свою команду (или понять, как это сделать в будущем).
- Избежать типичных ошибок начинающих предпринимателей в сфере дизайна и архитектуры.
- Получить практический опыт и поддержку сообщества для запуска и развития студии.

| №<br>разделов<br>модулей,<br>тем | Наименование разделов (модулей) и<br>тем                               | Всего<br>часов                  | В том числе                     |                         |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------|
|                                  |                                                                        |                                 | Лекции                          | Практические<br>занятия |
| <b>Модуль 1</b>                  | <b>ГРАНЬ №1. "Я - СТУДИЯ"</b>                                          | <b>3 часа<br/>44<br/>минуты</b> | <b>2 часа<br/>44<br/>минуты</b> | <b>1</b>                |
| Тема 1.1                         | Урок 1. Что не дает дизайн-школа?                                      |                                 | 2<br>минуты                     |                         |
| Тема 1.2                         | Урок 2. Треугольник магнетического<br>бренда                           |                                 | 9 минут                         |                         |
| Тема 1.3                         | Урок 3. Формула прибыли в дизайн-<br>студии                            |                                 | 7 минут                         |                         |
| Тема 1.4                         | Урок 4. Как связан личный бренд и<br>ваши ценности. Дизайн-счастье     |                                 | 10<br>минут                     |                         |
| Тема 1.5                         | Урок 5. Пути личного бренда для<br>каждого типа дизайнерских студий    |                                 | 6 минут                         |                         |
| Тема 1.6                         | Урок 6. Личный бренд и экспертность                                    |                                 | 2 часа<br>10<br>минут           |                         |
| <b>Модуль 2</b>                  | <b>ГРАНЬ №2. "Я - ЭКСПЕРТ"</b>                                         | <b>2 часа<br/>48<br/>минут</b>  | <b>1 час 48<br/>минут</b>       | <b>1</b>                |
| Тема 2.1                         | Урок 1. Понятная линейка продуктов.                                    |                                 | 5 минут                         |                         |
| Тема 2.2                         | Урок 2. Создание ваших уникальных<br>характеристик.                    |                                 | 6 минут                         |                         |
| Тема 2.3                         | Урок 3. Какой минимальный набор<br>для упаковки услуг нужен дизайнеру. |                                 | 2<br>минуты                     |                         |
| Тема 2.4                         | Урок 4. Выбор логотипа                                                 |                                 | 3<br>минуты                     |                         |

|                 |                                                      |                                |                           |          |
|-----------------|------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|----------|
| Тема 2.5        | Урок 5. Выбор логотипа                               |                                | 22<br>минуты              |          |
| Тема 2.6        | Урок 6. Как создать сайт.                            |                                | 22<br>минуты              |          |
| Тема 2.7        | Урок 7. Дизайнерская визитка.                        |                                | 6 минут                   |          |
| Тема 2.8        | Урок 8. Фотосессия.                                  |                                | 2<br>минуты               |          |
| Тема 2.9        | Урок 9. Оформление: шапка<br>профиля, лента, сторис. |                                | 5 минут                   |          |
| Тема 2.10       | Урок 10. Соцсети для дизайнеров.                     |                                | 14<br>минут               |          |
| Тема 2.11       | Урок 11. Где взять портфолио?                        |                                | 5 минут                   |          |
| Тема 2.12       | Урок 12. В чем вы эксперт?                           |                                | 5 минут                   |          |
| Тема 2.13       | Урок 13. Как подготовить КП для<br>клиента?          |                                | 3<br>минуты               |          |
| Тема 2.14       | Урок 14. Как написать мини-книгу?                    |                                | 8 минут                   |          |
| <b>Модуль 3</b> | <b>ГРАНЬ №3. Я - ПСИХОЛОГ</b>                        | <b>2 часа<br/>56<br/>минут</b> | <b>1 час 56<br/>минут</b> | <b>1</b> |
| Тема 3.1        | Урок 1. Почему дизайнер должен<br>быть психологом?   |                                | 9 минут                   |          |
| Тема 3.2        | Урок 2. Аватар клиента и его страхи.                 |                                | 8 минут                   |          |
| Тема 3.3        | Урок 3. 4 простых типа клиентов.                     |                                | 8 минут                   |          |
| Тема 3.4        | Урок 4. Какие есть альтернативы у<br>ваших клиентов? |                                | 7 минут                   |          |
| Тема 3.5        | Урок 5. Теория трёх мозгов.                          |                                | 5 минут                   |          |

|                 |                                                                                 |                       |                       |          |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------|
| Тема 3.6        | Урок 6. Мужская и женская роль. В чём разница?                                  |                       | 9 минут               |          |
| Тема 3.7        | Урок 7. Бытовые типы клиентов.                                                  |                       | 22 минуты             |          |
| Тема 3.8        | Урок 8. Психотипы клиентов.                                                     |                       | 8 минут               |          |
| Тема 3.9        | Урок 9. Типы брифов для клиента.                                                |                       | 4 минуты              |          |
| Тема 3.10       | Урок 10. Как бороться с ожиданиями клиента?                                     |                       | 6 минут               |          |
| Тема 3.11       | Урок 11. Как научиться видеть ценности клиента? Спиральная динамика.            |                       | 15 минут              |          |
| Тема 3.12       | Урок 12. Почему у вас НЕ получается быть психологом?                            |                       | 6 минут               |          |
| Тема 3.13       | Урок 13. Транс.                                                                 |                       | 9 минут               |          |
| <b>Модуль 4</b> | <b>ГРАНЬ №4. Я МАРКЕТОЛОГ</b>                                                   | <b>3 часа 6 минут</b> | <b>2 часа 6 минут</b> | <b>1</b> |
| Тема 4.1        | Урок 1. Где найти клиента с нуля? Какие каналы привлечения клиентов существуют? |                       | 23 мин                |          |
| Тема 4.2        | Урок 2. Четыре эффективные направления для быстрого поиска клиентов.            |                       | 7 мин                 |          |
| Тема 4.3        | Урок 3. Золотой процент.                                                        |                       | 3 мин                 |          |
| Тема 4.4        | Урок 4. Платная реклама. Спецпредложения и офферы.                              |                       | 17 мин                |          |
| Тема 4.5        | Урок 5. Купоны.                                                                 |                       | 4 мин                 |          |
| Тема 4.6        | Урок 6. Триггеры                                                                |                       | 5 минут               |          |

|                 |                                                                          |                                |                                |          |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|----------|
| Тема 4.7        | Урок 7. Как запустить сарафанное радио?                                  |                                | 16 мин                         |          |
| Тема 4.8        | Урок 8. Правила общения с клиентом.                                      |                                | 10 мин                         |          |
| Тема 4.9        | Урок 9. Продающее представление                                          |                                | 4 мин                          |          |
| Тема 4.10       | Урок 10. Как работать с риэлторами строителями и девелоперами.           |                                | 10 мин                         |          |
| Тема 4.11       | Урок 11. Где искать того, кто настроит рекламу?                          |                                | 18 мин                         |          |
| Тема 4.12       | Урок 12. Какие ещё каналы продвижения используют дизайнеры?              |                                | 9 мин                          |          |
| <b>Модуль 5</b> | <b>ГРАНЬ №5. Я - МАСТЕР ПРОДАЖ</b>                                       | <b>3 часа<br/>26<br/>минут</b> | <b>2 часа<br/>26<br/>минут</b> | <b>1</b> |
| Тема 5.1        | Урок 1.Алгоритм продажи дизайнерских услуг.                              |                                | 9 мин                          | -        |
| Тема 5.2        | Урок 2. Три страха, которые мешают продажам. Почему выгодно быть бедным? |                                | 18 мин                         |          |
| Тема 5.3        | Урок 3. Особенности продаж по телефону.                                  |                                | 15 мин                         |          |
| Тема 5.4        | Урок 4. Сценарий продажи во время разговора.                             |                                | 18 мин                         |          |
| Тема 5.5        | Урок 5. Как продавать на первой встрече с клиентом?                      |                                | 19 мин                         |          |
| Тема 5.6        | Урок 6. Точки присоединения и комплименты.                               |                                | 4 мин                          |          |
| Тема 5.7        | Урок 7. Ценообразование в дизайне.                                       |                                | 19 мин                         |          |

|                 |                                                              |                       |                       |          |
|-----------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------|
| Тема 5.8        | Урок 8. Альтернативы у клиента и его ценности.               |                       | 3 мин                 |          |
| Тема 5.9        | Урок 9. Как обработать возражения клиента?                   |                       | 15 мин                |          |
| Тема 5.10       | Урок 10. Защита от манипуляций.                              |                       | 26 мин                |          |
| <b>Модуль 6</b> | <b>ГРАНЬ №6. Я - СВОБОДНЫЙ ОТ РУТИНЫ</b>                     | <b>3 часа 7 минут</b> | <b>2 часа 7 минут</b> | <b>1</b> |
| Тема 6.1        | Урок 1. Страх делегирования.                                 |                       | 25 мин                |          |
| Тема 6.2        | Урок 2. Организация процессов.                               |                       | 9 мин                 |          |
| Тема 6.3        | Урок 3. 4 уровня вовлеченности сотрудника.                   |                       | 9 мин                 |          |
| Тема 6.4        | Урок 4. Правила найма, размещение вакансии и собеседование.  |                       | 21 мин                |          |
| Тема 6.5        | Урок 5. Формула рабства.                                     |                       | 2 мин                 |          |
| Тема 6.6        | Урок 6. Типы мотиваций.                                      |                       | 8 мин                 |          |
| Тема 6.7        | Урок 7. Найм дизайнера, ведущего дизайнера и комплектатора.  |                       | 18 мин                |          |
| Тема 6.8        | Урок 8. Найм визуализатора и чертежника.                     |                       | 8 мин                 |          |
| Тема 6.9        | Урок 9. Найм СММ, маркетолога, продавца и личного помощника. |                       | 14 мин                |          |
| Тема 6.10       | Урок 10. Выбор партнера.                                     |                       | 6 мин                 |          |
| Тема 6.11       | Урок 11. Почему мы не делимся должностными инструкциями.     |                       | 3 мин                 |          |
| Тема 6.12       | Урок 12. Как работать с фрилансерами.                        |                       | 4 мин                 |          |

| № разделов (модулей), тем | Наименование разделов (модулей) и тем                    | Всего часов             | В том числе             |                      |
|---------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|----------------------|
|                           |                                                          |                         | Лекции                  | Практические занятия |
| <b>Модуль 7</b>           | <b>ГРАНЬ №7. Я - МЕДИЙНЫЙ ДИЗАЙНЕР</b>                   | <b>6 часов 1 минута</b> | <b>5 часов 1 минута</b> | <b>1</b>             |
| Тема 7.1                  | Урок 1. Типы медийных стратегий.                         |                         | 9 мин                   |                      |
| Тема 7.2                  | Урок 2. Как начать выступать?                            |                         | 9 мин                   |                      |
| Тема 7.3                  | Урок 3. Презентация и сценарий выступления               |                         | 7 мин                   |                      |
| Тема 7.4                  | Урок 4. Уникальное Торговое Предложение (УТП).           |                         | 14 мин                  |                      |
| Тема 7.5                  | Урок 5. Офферы для сцены.                                |                         | 4 мин                   |                      |
| Тема 7.6                  | Урок 6. Продающая история и Сторителлинг.                |                         | 15 мин                  |                      |
| Тема 7.7                  | Урок 7. Как сняться в телепроекте?                       |                         | 19 мин                  |                      |
| Тема 7.8                  | Урок 8. Как стать идеальным дизайнером для телепроектов? |                         | 24 мин                  |                      |
| Тема 7.9                  | Урок 9. Какой дизайн любят телепроекты?                  |                         | 16 мин                  |                      |
| Тема 7.10                 | Урок 10. Работа с партнёрами на телепроектах.            |                         | 35 мин                  |                      |
| Тема 7.11                 | Урок 11. Как напечататься в журнале? (Часть 1)           |                         | 34 мин                  |                      |

|                 |                                                                  |                          |                          |          |
|-----------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|----------|
| Тема 7.12       | Урок 11. Как напечататься в журнале? (Часть 2)                   |                          | 15 мин                   |          |
| Тема 7.13       | Урок 12. Выставки. (Часть 1)                                     |                          | 32 мин                   |          |
| Тема 7.14       | Урок 12. Выставки. (Часть 2)                                     |                          | 18 мин                   |          |
| Тема 7.15       | Урок 13. Конкурсы и премии.                                      |                          | 11 мин                   |          |
| Тема 7.16       | Урок 14. Предметный дизайн, как инструмент личного бренда.       |                          | 8 мин                    |          |
| Тема 7.17       | Урок 15. Интерьерный стайлинг и декорирование.                   |                          | 2 мин                    |          |
| Тема 7.18       | Урок 16. Особенность продвижения в нише коммерческих интерьеров. |                          | 7 мин                    |          |
| Тема 7.19       | Урок 17. Как поменять ценовой сегмент?                           |                          | 6 мин                    |          |
| Тема 7.20       | Урок 18. Нетворкинг.                                             |                          | 4 мин                    |          |
| Тема 7.21       | Урок 19. Как написать книгу.                                     |                          | 12 мин                   |          |
| <b>Модуль 8</b> | <b>ГРАНЬ №8. КОМПЛЕКТАЦИЯ PRO</b>                                | <b>12 часов 48 минут</b> | <b>12 часов 48 минут</b> | <b>0</b> |
| Тема 8.1        | Урок 1. PRO комплектация. Часть 1                                |                          | 3 часа 58 минут          |          |
| Тема 8.2        | Урок 1. PRO комплектация. Часть 2                                |                          | 2 часа 36 минут          |          |
| Тема 8.3        | Урок 1. PRO комплектация. Часть 3                                |                          | 3 часа 31 минута         |          |
| Тема 8.4        | Урок 1. PRO комплектация. Часть 4                                |                          | 2 часа 43 минуты         |          |

|                 |                                                                        |                         |                         |          |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|----------|
| <b>Модуль 9</b> | <b>ГРАНЬ №9. ПРЕДМЕТНЫЙ ДИЗАЙН</b>                                     | <b>2 часа 34 минуты</b> | <b>2 часа 34 минуты</b> | <b>0</b> |
| Тема 9.1        | Урок 1. Почему дизайнеры интерьера становятся предметными дизайнерами? |                         | 14 мин                  |          |
| Тема 9.2        | Урок 2. Что такое предметный дизайн? Основные понятия                  |                         | 14 мин                  |          |
| Тема 9.3        | Урок 3. Что нужно знать, чтобы изготовить изделие?                     |                         | 6 мин                   |          |
| Тема 9.4        | Урок 4. Прикладные знания. Материалы.                                  |                         | 8 мин                   |          |
| Тема 9.5        | Урок 5. Прикладные знания. Конструкции.                                |                         | 21 мин                  |          |
| Тема 9.6        | Урок 6. Прикладные знания. Технологии.                                 |                         | 10 мин                  |          |
| Тема 9.7        | Урок 7. Проектные знания. Функция.                                     |                         | 15 мин                  |          |
| Тема 9.8        | Урок 8. Проектные знания. Эргономика.                                  |                         | 20 мин                  |          |
| Тема 9.9        | Урок 9. Проектные знания. Эстетика.                                    |                         | 10 мин                  |          |
| Тема 9.10       | Урок 10. Этапы работы предметного дизайнера.                           |                         | 15 мин                  |          |
| Тема 9.11       | Урок 11. Способы взаимодействия с производителями.                     |                         | 10 мин                  |          |
| Тема 9.12       | Урок 12. Многогранный мир предметного дизайна. Рекомендации.           |                         | 11 мин                  |          |

|                  |                                                  |                          |                          |          |
|------------------|--------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|----------|
| <b>Модуль 10</b> | <b>ГРАНЬ № 10 ФОРМУЛА ЛЮБВИ</b>                  | <b>12 часов 48 минут</b> | <b>9 часов 48 минут</b>  | <b>3</b> |
| Тема 10.1        | Урок 1. Матрица продуктов и точки касания        |                          | 1 час 7 мин              |          |
| Тема 10.2        | Урок 2. Ресурсы                                  |                          | 2 часа 6 мин             |          |
| Тема 10.3        | Урок 3. Независимость от объекта любви.          |                          | 1 час 7 мин              |          |
| Тема 10.4        | Урок 4. Время.                                   |                          | 1 час 25 мин             |          |
| Тема 10.5        | Урок 5. Непредсказуемость и конкуренция.         |                          | 1 час 43 мин             |          |
| Тема 10.6        | Урок 6. Эмоциональная раскачка и общие ценности. |                          | 1 час 5 мин              |          |
| Тема 10.7        | Урок 7. Финал тренинга.                          |                          | 1 час 15 мин             |          |
| <b>Модуль 11</b> | <b>ГРАНЬ №11 ОРАТОРСКОЕ ИСКУССТВО</b>            | <b>12 часов 13 минут</b> | <b>12 часов 13 минут</b> | <b>0</b> |
| Тема 11.1        | Урок 1. Введение                                 |                          | 47 мин                   |          |
| Тема 11.2        | Урок 2. Контентный блок                          |                          | 5 мин                    |          |
| Тема 11.3        | Урок 3. Эмоциональный блок                       |                          | 33 мин                   |          |
| Тема 11.4        | Урок 4. Поведенческий блок                       |                          | 8 мин                    |          |
| Тема 11.5        | Урок 5. Продающий блок                           |                          | 2 часа 22 мин            |          |

|                  |                                                                                            |                          |                          |          |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|----------|
| Тема 11.6        | Урок 6. Катализаторы                                                                       |                          | 1 час 46 мин             |          |
| Тема 11.7        | Урок 7. Имиджевый блок                                                                     |                          | 28 мин                   |          |
| Тема 11.8        | Урок 8. 7 шагов продажи, практика. Часть 1                                                 |                          | 2 часа 57 мин            |          |
| Тема 11.9        | Урок 9. 7 шагов продажи, практика. Часть 2                                                 |                          | 3 часа 7 мин             |          |
| <b>Модуль 12</b> | <b>ГРАНЬ №12. УТП</b>                                                                      | <b>19 часов 29 минут</b> | <b>14 часов 29 минут</b> | <b>5</b> |
| Тема 12.1        | Урок 1. Вводная информация про УТП                                                         |                          | 1 час 25 мин             |          |
| Тема 12.2        | Урок 2. Алгоритм построения ваших уникальных характеристик и свойств                       |                          | 1 час 58 мин             |          |
| Тема 12.3        | Урок 3. Проблемы, желания и потребности вашей ЦА.                                          |                          | 2 часа 12 мин            |          |
| Тема 12.4        | Урок 4. Формула запуска проектов Тюрина. Эволюция ценностей. Первая и вторая гипотеза УТП. |                          | 1 час 58 мин             |          |
| Тема 12.5        | Урок 5. Стратегия привлечения клиентов. Формулы офферов. Третья гипотеза УТП.              |                          | 1 час 46 мин             |          |
| Тема 12.6        | Урок 6. Разработка Коммерческого предложения                                               |                          | 1 час 31 мин             |          |
| Тема 12.7        | Урок 7. Бизнес-мышление. Формирование цепочки касания клиента. Внедрение УТП.              |                          | 1 час 27 мин             |          |

|                  |                                                                       |                          |                          |          |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|----------|
| Тема 12.8        | Урок 8. Подведение итогов курса УТП.                                  |                          | 2 часа 12 мин            |          |
| <b>Модуль 13</b> | <b>ГРАНЬ №13. КАК ПРОДАВАТЬ ДОРОГО? ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ С КЛИЕНТОМ</b> | <b>9 часов 52 минуты</b> | <b>9 часов 52 минуты</b> | <b>0</b> |
| Тема 13.1        | Урок 1. Как продавать ДОРОГО. Психология общения с клиентом. Часть 1. |                          | 3 часа 41 мин            |          |
| Тема 13.2        | Урок 2. Как продавать ДОРОГО. Психология общения с клиентом. Часть 2. |                          | 3 часа 26 мин            |          |
| Тема 13.3        | Урок 3. Как продавать ДОРОГО. Психология общения с клиентом. Часть 3. |                          | 2 часа 45 мин            |          |
| <b>Модуль 14</b> | <b>ГРАНЬ №14. Жесткие переговоры</b>                                  | <b>7 часов 50 минут</b>  | <b>7 часов 50 минут</b>  | <b>0</b> |
| Тема 14.1        | Урок 1. Жесткие переговоры. 1 день. 1 часть                           |                          | 1 час 37 мин             |          |
| Тема 14.2        | Урок 2. Жесткие переговоры. 1 день. 2 часть                           |                          | 2 часа 24 мин            |          |
| Тема 14.3        | Урок. 3 Жесткие переговоры. 2 день. 1 часть                           |                          | 1 час 10 мин             |          |
| Тема 14.4        | Урок 4. Жесткие переговоры. 2 день. 2 часть                           |                          | 39 мин                   |          |
| Тема 14.5        | Урок 5. Жесткие переговоры. 2 день. 3 часть                           |                          | 1 час 9 мин              |          |
| Тема 14.6        | Урок 6. Жесткие переговоры. 2 день. 4 часть                           |                          | 51 мин                   |          |

|                  |                                                |                                |                            |          |
|------------------|------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------|----------|
| <b>Модуль 15</b> | <b>ГРАНЬ №15. МЫШЛЕНИЕ<br/>ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ</b> | <b>4 часа<br/>15<br/>минут</b> | <b>4 часа 15<br/>минут</b> | <b>0</b> |
| Тема 15.1        | Урок 1. Психология. Вводная лекция             |                                | 58 мин                     |          |
| Тема 15.2        | Урок 2. Созависимость и бизнес                 |                                | 1 час 34<br>мин            |          |
| Тема 15.3        | Урок 3. Выгорание. Как с ним бороться?         |                                | 1 час 43<br>мин            |          |

## **1.2 Учебная общеразвивающая программа**

«Для дизайнеров и архитекторов по направлению бизнеса»

(содержание модулей)

### **Модуль 1. ГРАНЬ №1. "Я - СТУДИЯ".**

#### **Тема 1.1**

##### **Урок 1. Что не дает дизайн-школа?**

Урок направлен на то, чтобы пробудить критическое мышление у слушателей, подготовить их к самостоятельной работе и обозначить реальные вызовы профессии:

Цель урока:

Развеять мифы о "волшебных таблетках" и готовых решениях, которые якобы дают дизайн-школы.

Сформировать реалистичное представление о профессии дизайнера.

Подчеркнуть важность самостоятельного поиска, самообучения и развития.

Мотивировать к поиску ответов и решений за пределами стандартной учебной программы.

##### **Урок 2. Треугольник магнетического бренда**

Посвящен тому, как построить бренд, который привлекает клиентов, партнеров и таланты, а не просто существует на рынке. Он выходит за рамки базового маркетинга и затрагивает глубинные аспекты позиционирования и ценностей.

Цель урока:

Дать понимание, что такое "магнетический бренд" и почему он так важен для бизнеса.

Разобрать ключевые элементы, формирующие этот "магнетизм".

Предложить практические инструменты для анализа и построения собственного бренда.

Помочь участникам увидеть свой бизнес под новым углом – с точки зрения его привлекательности.

### **Урок 3. Формула прибыли в дизайн-студии**

Урок "Формула прибыли в дизайн-студии" в рамках бизнес-клуба будет посвящен тому, как сделать дизайн-студию не просто творческой мастерской, но и прибыльным бизнесом. Он фокусируется на финансовых аспектах, управлении и оптимизации процессов для достижения максимальной рентабельности.

Цель урока:

Дать четкое понимание, как формируется прибыль в дизайн-студии.

Научить участников анализировать свои финансовые показатели и находить точки роста.

Предложить конкретные инструменты и стратегии для увеличения доходности.

Помочь перейти от мышления "дизайнера" к мышлению "предпринимателя".

### **Урок 4. Как связан личный бренд и ваши ценности. Дизайн-счастье**

Урок будет посвящен глубокой, но очень важной теме – тому, как внутренняя сущность человека (его ценности) формирует его внешний образ (личный бренд) и как это влияет на его общее благополучие и профессиональный успех ("дизайн-счастье").

Цель урока:

Помочь участникам понять, что настоящий магнетизм личного бренда исходит из их истинных ценностей.

Научить осознанно формировать личный бренд, соответствующий их внутреннему миру.

Показать, как гармония между ценностями и брендом ведет к большему профессиональному успеху и личному счастью.

Предложить практические шаги для выявления ценностей и их интеграции в личный бренд.

### **Урок 5. Пути личного бренда для каждого типа дизайнерских студий**

Будет посвящен тому, как различные типы дизайн-студий могут эффективно выстраивать свой личный бренд, учитывая их специфику, целевую аудиторию и предлагаемые услуги. Этот урок поможет участникам понять, что "универсального" подхода к личному брендингу не существует, и важно адаптировать стратегии под свою уникальную нишу.

Цель урока:

- \* Классифицировать основные типы дизайн-студий.
- \* Определить, какие элементы личного бренда наиболее важны для каждого типа студии.
- \* Предложить конкретные стратегии и тактики построения личного бренда для каждой категории.
- \* Помочь участникам понять, как использовать сильные стороны их студии для создания привлекательного бренда.

### Перечень практических занятий

| Наименование практического занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Всего – 1 час</p> <p>Часть №1</p> <p>1. Определить какой у вас тип дизайнерской студии. Устраивает ли вас данный масштаб? Хотите ли вы изменить тип своей студии и масштабироваться? Если «да», то каких результатов хотите достичь?</p> <p>2. Определить какой тип комплектации вы сейчас используете и к какому будете стремиться в ближайшие полгода.</p> <p>3. Изучить дорожную карту и определить свой уровень интересующих задач.</p> <p>Часть №2</p> <p>1) Выписать, зачем вы пришли в наш бизнес-клуб ГРАНИ? Какую из сфер в бизнесе, вы хотите подтянуть в первую очередь?</p> <p>2) ДЗ по треугольник магнетического бренда.</p> <p>Позиционируете ли вы себя как дизайнерская-студия или как фрилансер?</p> <p>Занимаетесь ли вы своим личным брендом? Если «ДА», то что делаете на данный момент?</p> <p>Есть ли у вас УТП сейчас, или есть представление, в каком направлении вы его хотите разработать?</p> <p>3) ДЗ по формуле прибыли.</p> <p>Что понравилось в вордбуке? Что можете применить уже сегодня?</p> |

4) Выпишите тезисами, что для вас является данным этапом развития вашей дизайнерской студии «дизайн-счастьем». От этапов в работе вы получаете искреннее удовольствие.

### Часть №3

В презентации Нины Лопатиной Приведены чек-листы, по которым рекомендуется определиться к какому типу вы себя относите или хотели бы отнести.

И по тому чек-листу, который вы выбрали для себя, проставьте галочками, что у вас уже реализовано.

А по тем галочкам, что не проставлено, необходимо составить план на ближайшее полгода.

Что из этого в каком в порядке, вы планируете внедрять.

## Модуль 2. ГРАНЬ №2. "Я - ЭКСПЕРТ".

- Модуль направлен на изучение практических инструментов, шаблонов и конкретных шагов, чтобы дизайнер мог применять полученные знания сразу после изучения материала.

Цель уроков:

- Формирование портфолио с нуля.
- Создать привлекательный образ дизайнера.
- Разработать инструменты для самопрезентации.
- Научиться демонстрировать свою ценность.
- Уверенно общаться с клиентами о стоимости своих услуг.
- Оформление своих уникальных характеристик.
- Написание своей мини-книги.

Уроки содержат в себе комплексную экспертную упаковку – это фундамент для привлечения платежеспособных клиентов и уверенного ценообразования.

### Перечень практических занятий

| Наименование практического занятия                                               |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Всего – 1 час                                                                    |    |
| Часть                                                                            | №1 |
| 1. Какие каналы привлечения вы уже сейчас используете?                           |    |
| 2. Какие новые каналы привлечения клиентов хотите попробовать в ближайшее время? |    |

3. Проанализируйте кто ваш золотой процент, где он находится и как вы можете увеличить количество таких вот золотых партнеров в вашем бизнесе.
4. Был ли вам полезен урок №4 про платную рекламу?
5. Делаете ли вы предварительный строительный расчёт для своих клиентов?
6. Написать три примера 4U заголовка на тему дизайна интерьера.

Часть

№2

1. Составить базу старых клиентов.
2. Разослать им сообщение из пункта 4, а потом каждого обзвонить. Отчитайтесь о результатах.
3. Принять решение, какой подарок после себя вы будете оставлять клиентам, чтобы он всё время о вас ему напоминал.
4. Какие ещё из предложенных каналов привлечения клиентов в Уроке№7 вы можете использовать прямо сейчас? Отчитайтесь о внедрении.
5. Разработать себе продающее представление и выучить его.
6. Что вы можете внедрить из каналов привлечения риэлторов, строителей или застройщиков прямо сейчас?
7. Выберите из урока №12 инструменты, которые вы можете внедрить. Что вам понравилось больше всего.

### **Модуль 3. ГРАНЬ №3. "Я - ПСИХОЛОГ".**

Модуль нацелен дать им инструменты для лучшего понимания людей, эффективной коммуникации и построения здоровых рабочих отношений, используя принципы психологии.

Цель урока:

Развить у участников навык эмпатии и лучшего понимания мотивации других людей.

Научить эффективно выявлять потребности и ожидания клиентов/сотрудников.

Предоставить инструменты для предотвращения конфликтов и недопониманий.

Помочь в формировании более качественных и устойчивых рабочих отношений.

Развить интуитивное понимание, с кем стоит и с кем не стоит работать (или как выстроить отношения).

### **Перечень практических занятий**

| Наименование практического занятия |
|------------------------------------|
|------------------------------------|

Всего – 1 час

#### Часть №1

1. Напишите 3 действия, которые вы можете сделать перед встречей с клиентом, чтобы поднять свой уровень внутренней энергии.
2. Создайте аватар клиента.
3. Выпишите страхи, которые «вам кажется» подходят к вашему аватару.

#### Часть №2

1. Написать по какой системе брифования вы уже работаете. Как вы берёте ТЗ у клиента. Если у вас какая-нибудь собственная фишка и наработка, которой вы бы хотели поделиться с коллегами.
2. Выписать по колесу баланса под каждую ось минимум одну причину, почему может возникнуть конфликт с клиентом или неоправданное ожидание.
3. Напишите минимум 5 аффирмаций на тему вашего успеха и уверенности в общении с клиентом. Читайте их в цикле по кругу в течении 30 дней каждый день раз по 30 утром.
4. Выбрать 3 темы для погружение с лёгкий транс, и написать пример диалога / презентации / примера продажи услуги поставщика, где вы используете данный транс.

### **Модуль 4. ГРАНЬ №4. Я МАРКЕТОЛОГ**

Фокус здесь будет на привлечении клиентов за деньги, то есть на платных методах продвижения, и на конкретных, готовых к использованию скриптах.

Вот что может содержаться в таком уроке:

Цель урока:

Дать обзор наиболее эффективных платных каналов привлечения клиентов.  
Научить создавать продающий профиль в Instagram как одну из точек контакта.  
Предоставить понимание, как правильно находить и ставить задачи подрядчикам по рекламе.  
Объяснить механику привлечения клиентов через платную рекламу.  
Дать готовый скрипт для холодных звонков целевой аудитории

### **Перечень практических занятий**

| Наименование практического занятия |
|------------------------------------|
|------------------------------------|

Всего – 1 час

#### Часть №1

1. Какие каналы привлечения вы уже сейчас используете?
2. Какие новые каналы привлечения клиентов хотите попробовать в ближайшее время?
3. Проанализируйте кто ваш золотой процент, где он находится и как вы можете увеличить количество таких вот золотых партнеров в вашем бизнесе.
4. Был ли вам полезен урок №4 про платную рекламу?
5. Делаете ли вы предварительный строительный расчёт для своих клиентов?
6. Написать три примера 4U заголовка на тему дизайна интерьера.

#### Часть №2

1. Составить базу старых клиентов.
2. Разослать им сообщение из пункта 4, а потом каждого обзвонить. Отчитайтесь о результатах.
3. Принять решение, какой подарок после себя вы будете оставлять клиентам, чтобы он всё время о вас ему напоминал.
4. Какие ещё из предложенных каналов привлечения клиентов в Уроке№7 вы можете использовать прямо сейчас? Отчитайтесь о внедрении.
5. Разработать себе продающее представление и выучить его.
6. Что вы можете внедрить из каналов привлечения риэлторов, строителей или застройщиков прямо сейчас?
7. Выберете из урока №12 инструменты, которые вы можете внедрить. Что вам понравилось больше всего.

### **Модуль 5. ГРАНЬ №5. Я - МАСТЕР ПРОДАЖ**

Модуль посвящен практическим навыкам продаж, ориентированным на специфику продажи услуг, особенно дизайнерских. Цель урока – вооружить участников инструментами для эффективного общения с клиентом, работы с возражениями и успешного закрытия сделок, делая акцент на продажу дорогих услуг.

Цель урока:

Дать четкий, пошаговый алгоритм продаж, применимый к услугам.

Научить участников проводить телефонные продажи и уверенно говорить о деньгах.

Предоставить конкретные техники работы с самыми распространенными возражениями.

Научить распознавать и нейтрализовать манипуляции.

Показать, как позиционировать себя и свои услуги так, чтобы их воспринимали как дорогие и ценные.

### Перечень практических занятий

| Наименование практического занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Всего – 1 час</p> <p>Часть №1</p> <p>1. Попробовать на практике 7 и 8 инструмент из воркбука про страхи из Урока №2. Описать в дз свои ощущения.</p> <p>2. Перед зеркалом тренируйте простые фразы: «хорошо, что вы позвонили, конечно же я занимаюсь дизайн-проектами, это моя обычная коммерческая деятельность», «да, конечно, это простой финансовый вопрос, хорошо, что вы позвонили, я посчитаю, сколько стоит для вас дизайн-проект».</p> <p>3. Напишите, какой из сценариев продаж вы будете заучивать первым? Что больше всего понравилось в Уроке №4?</p> <p>4. Подготовить 3-4 свои контентные истории именно для первой встречи, которые могут зацепить эмоции потенциального клиента. Написать истории в ДЗ.</p> <p>5. Выберете 2 -3 инструмента, которые вы начнёте внедрять на встречах с потенциальными клиентами из Урока № 5. Написать в ДЗ какие инструменты внедрите первыми.</p> <p>Часть №2</p> <p>1. Выбрать 4-5 комплиментов, которые вы внедрите. Опишите в ДЗ как реагируют клиенты на ваши комплименты.</p> <p>2. Оформить варианты пакетов своих услуг. Хотя бы на одном листе.</p> <p>Создать прайс-лист.</p> <p>3. Выучить по одной нейтрализации каждого из возражений. Записать видео, как вы уверенно проговариваете ответ на возражение «дорого» с перечислением своих аргументацией и уникальных характеристик. Залить видео на любой файлообменник и прикрепить ссылку в своём дз.</p> <p>4. Какая фишка из манипуляций вам понравилась больше всего? Какую фишку вы возьмёте на внедрение?</p> |

## Модуль 6. ГРАНЬ №6. Я - СВОБОДНЫЙ ОТ РУТИНЫ

Этот модуль посвящен управлению командой и делегированию, что является ключевым шагом для дизайнера, желающего масштабироваться и не делать всё самостоятельно.

- Цели урока:
  - Понять основы найма и управления персоналом.
  - Научиться мотивировать сотрудников.
  - Овладеть навыками делегирования.
  - Создать свой первый эффективный рабочий дуэт (или команду).

Этот урок дает практические инструменты для того, чтобы дизайнер мог делегировать задачи, находить надежных исполнителей и строить свою команду, что является необходимым условием для роста и повышения доходов.

### Перечень практических занятий

| Наименование практического занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Всего – 1 час</p> <p>Часть №1</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Поделиться инсайтом после выполнения упражнения «Интегрированная цель»</li><li>2. Определиться со структурой дизайн-студии. Какую из ролей в бизнесе вы первой собираетесь делегировать?</li><li>3. Какое правило из этого воркбука про найм стало для вас главным инсайтом?</li><li>4. Поразмышляйте на формулой рабства. Найдите аналогии в современной мире. Запишите 2 примера в домашних заданиях.</li></ol> <p>Часть №2</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Что больше всего для вас из воркбука у уроку №7 было открытием?</li><li>2. Что больше всего для вас из воркбука у уроку №9 было вам полезно?</li></ol> <p>Что вам понравилась больше всего? Какую фишку вы возьмёте на внедрение?</p> |

## Модуль 7. ГРАНЬ №7. Я - МЕДИЙНЫЙ ДИЗАЙНЕР

Этот модуль направлен на создание и продвижение личного бренда дизайнера интерьера, что является мощным инструментом для привлечения клиентов, повышения статуса и увеличения дохода

Уроки направлены на решение проблем, с которыми сталкивается каждый Дизайнер, а именно с высокой конкуренцией, сложностями с привлечением "целевых" клиентов, недооценка своих услуг.

Целями урока:

- Понять принципы построения сильного личного бренда.

- Определить свою уникальность и ценностное предложение.
- Научиться создавать контент и презентации, которые продают.
- Узнать, как использовать медиа и выступления для продвижения.

### Перечень практических занятий

| Наименование практического занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Всего – 1 час                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |    |
| Часть                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | №1 |
| 1. Какая из 12-ти медийных стратегий вам больше нравится? Какую сможете внедрить в ближайшее время?<br>2. Выберите цель вашего выступления. Что на нём вы будете продавать?<br>3. Составить по одному примеру к каждому простому офферу.<br>4. Составить спецпредложение по формуле Боба Стоуна.<br>5. Напишите себе сами продающую историю. (Задание необязательное) |    |

### Модуль 8. ГРАНЬ №8. КОМПЛЕКТАЦИЯ PRO

Этот урок посвящен комплектации объектов дизайна интерьера, что является важным этапом работы дизайнера, обеспечивающим реализацию проекта в соответствии с задумкой и бюджетом.

Цель модуля заключается в том, чтобы дизайнер освоил:

- Что такое комплектация?
  - Это процесс подбора, заказа, закупки и контроля поставки всех необходимых материалов, мебели, освещения, декора и других элементов, предусмотренных дизайн-проектом.
  - Это не просто закупка, а интеграция всех составляющих в единое целое.
- Зачем нужна комплектация?
  - Соответствие проекту: Гарантия того, что выбранные материалы и мебель соответствуют стилю, концепции и техническим требованиям проекта.
  - Контроль бюджета: Эффективный подбор товаров в рамках заданного бюджета, поиск оптимальных решений.
  - Экономия времени: Снятие нагрузки по поиску, заказу и логистике с дизайнера (или клиента).
  - Качество и сроки: Выбор надежных поставщиков, контроль за соблюдением сроков поставки.
  - Целостность интерьера: Гармоничное сочетание всех элементов.
- Когда нужна комплектация?
  - На этапе реализации дизайн-проекта.
  - Когда клиент хочет получить готовое решение "под ключ".
  - Когда есть необходимость в оптимизации бюджета без потери качества.
  - При работе с авторским надзором (комплектация часто является его частью).

Этот модуль помогает дизайнерам не только создавать красивые проекты, но и успешно воплощать их в жизнь, обеспечивая клиенту уверенность в качестве, сроках и бюджете.

### **Модуль 9.ГРАНЬ №9. ПРЕДМЕТНЫЙ ДИЗАЙН**

Образовательная программа нацелена на дизайнеров интерьера, архитекторов, а также предпринимателей, стремящихся расширить свой бизнес или создать собственные продуктовые линейки. Цель – показать, как переход в предметный дизайн может быть логичным развитием карьеры, какие возможности он открывает, и с чего начать.

Цель модуля:

Мотивировать дизайнеров интерьера рассмотреть предметный дизайн как перспективное направление для развития, продемонстрировать синергию между двумя областями и показать

Дать четкое определение предметному дизайну, его ключевым элементам, процессам и задачам, а также обозначить его место в более широком контексте дизайна.преимущества такого перехода.

Дать практические знания о производственном процессе, материалах, технологиях и документации, необходимых для воплощения дизайнерской идеи в реальный продукт.

Эти уроки охватывают логический переход от создания интерьеров к созданию предметов, дают базовые знания по предметному дизайну и фокусируются на практических аспектах производства, что очень ценно для участников бизнес-клуба, стремящихся к реализации своих проектов.

### **Модуль 10.ГРАНЬ №10. ФОРМУЛА ЛЮБВИ**

Модуль направлен на изучение алгоритмов построения отношений. Не просто научить "продавать", а строить долгосрочные, взаимовыгодные и приятные отношения с клиентами, которые трансформируются в стабильный поток заказов и рекомендаций.

Уроки модуля - это пошаговая методология, как повысить градус лояльности. Состоящие из 10 занятий, направленные на:

- Создание своей уникальной матрицы продуктов.
- Создание своего уникального аватара.
- Точки касания с аватаром.
- Изучение ресурсов общения с клиентом.

Этот модуль ценен для тех кто, хотел бы перейти от разовых проектов к стабильному бизнесу, построенному на лояльности клиентов.

### **Перечень практических занятий**

| Номер<br>темы | Наименование практического занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               | <p>Всего – 3 часа</p> <p>Часть <span style="float: right;">№1</span></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Создать матрицу своих продуктов или услуг.</li> <li>2. Прописать точки контактов с клиентами (онлайн/ офлайн / внутренние и внешние).</li> <li>3. Список строительных разделов:<br/><a href="https://disk.yandex.ru/i/DvnByBok3LbplA">https://disk.yandex.ru/i/DvnByBok3LbplA</a></li> <li>4. Написать существующие сейчас каналы привлечения клиентов, которые вы уже используете.</li> <li>5. Определить и прописать аватар клиента. Дайте ему 3 характеристики. Что для него важно при выборе вашей услуги или продукции? (провести опрос – позвонить минимум троим)</li> <li>6. Реклама МММ. Обратите внимание на то, как описаны проблемы аватара:<br/><a href="https://www.youtube.com/watch?v=rRrsPj5pBhU">https://www.youtube.com/watch?v=rRrsPj5pBhU</a></li> <li>7. Возьмите в аренду дорогую машину.</li> </ol> <p>Ответы на ДЗ нужно написать в гугл-документе, открыть доступ к документу и эту ссылку прикрепить в комментариях к уроку.</p> <p>Часть №2</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как вы можете системно продлевать теплые человеческие взаимоотношения с клиентом после окончания проекта?</li> <li>2. Составьте на базе матрицы продуктов и точек касания клиента список, где можно применить эти ресурсы.</li> </ol> <p>Часть №3</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Написать список, как мы можем показать, что мы сытые. Как мы можем показать свою независимость от объекта любви.</li> <li>2. Напишите на матрице продуктов и точках касания клиента, где это можно внедрить.</li> </ol> <p>Часть №4</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как мы можем увеличить время, проведенное с клиентом, в нашем бизнесе?</li> <li>2. Указать на матрице услуг и в списке точек контактов с клиентом.</li> </ol> <p>Часть №5</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Как мы можем быть безопасно непредсказуемы для клиента в нашем бизнесе? Указать на матрице услуг и в списке точек контактов с клиентом.</li> <li>2. Как мы сами можем усилить свой образ НЕПРЕДСКАЗУЕМОСТЬЮ в глазах клиента?</li> <li>3. Посмотреть видео:</li> </ol> |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <a href="https://www.youtube.com/watch?v=g0v3aO7TkeQ">https://www.youtube.com/watch?v=g0v3aO7TkeQ</a><br>4. Как мы можем экологично показать конкуренцию и социальное доказательство востребованности для клиента в нашем бизнесе?<br>5. Указать на матрице услуг и в списке точек контактов с клиентом.<br><br>Часть №6<br>1. Как мы можем внедрить Эмоциональную раскачку для клиента в нашем бизнесе?<br>2. Указать на матрице услуг и в списке точек контактов с клиентом.<br>3. Создать и прислать на проверку матрицу продуктов и точек контакта с клиентами с распределенными всеми элементами формулы любви!<br><br>Часть №7<br><br>Прослушать записи тренинга с самого начала. Понимания теперь всю картину целиком, вы услышите в старых лекциях очень много нового. |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### **Модуль 11. ГРАНЬ №11 ОРАТОРСКОЕ ИСКУССТВО**

Образовательная программа бизнес-клуба, включающая полный курс по ораторскому искусству, безусловно, стремится дать участникам комплексные навыки публичных выступлений, которые помогут им увереннее презентовать себя, свои идеи, проекты и продукты, а также эффективно взаимодействовать с аудиторией. Учитывая структуру уроков, программа охватывает все ключевые аспекты успешного спикера.

Цель:

Задать контекст, объяснить важность ораторского искусства в бизнес-среде, снять страхи и мотивировать участников к обучению.

Научить участников создавать логичную, интересную и убедительную структуру своего выступления.

Научить спикера управлять эмоциями аудитории и использовать свои эмоции для установления контакта.

Научить спикера уверенно держаться на сцене, использовать пространство и тело для усиления своего выступления.

Изучить дополнительные элементы, которые усиливают выступление и делают его запоминающимся.

Эта программа охватывает как теоретические основы, так и огромное количество практической отработки, что делает ее чрезвычайно ценной для любого, кто хочет научиться уверенно и эффективно выступать и продавать.

### **Модуль 12. ГРАНЬ №12. УТП**

Образовательная программа по УТП фокусируется на глубокой проработке того, что делает продукт или услугу особенной, как это сформулировать и как эффективно донести до целевой аудитории, используя современные подходы к маркетингу и продажам.

Цель:

Научить участников находить и формулировать конкретные, уникальные преимущества своего продукта или услуги.

Сформировать глубокое понимание целевой аудитории, чтобы УТП было максимально релевантным и привлекательным.

Научить, как сформулировать привлекательное предложение (оффер) на основе УТП и как связать это с общей стратегией привлечения.

Научить составлять полноценное коммерческое предложение (КП), которое убедительно раскрывает УТП и оффер.

Понять, как УТП встраивается в общую бизнес-стратегию и как выстраивать взаимодействие с клиентом на всех этапах.

Систематизировать полученные знания, закрепить навыки и наметить план дальнейших действий.

### Перечень практических занятий

| Наименование практического занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Всего – 5 часов</p> <p><b>БЛОК 1</b></p> <p>0. Создать гугл документ вордовский, в котором будете вести отчёт о выполнении домашних заданий.</p> <p>1. Задание СТАДИОН. Перед вами стадион людей, потенциальных клиентов. У вас есть 5 минут. Что вы скажете им, чтобы они стали вашими клиентами?<br/>Напишите абзац текста.</p> <p>2. Постройте планы в своём бизнесе на 5 лет вперёд. Через 5 лет каким он будет? И пропишите этапы развития каждый год по направлению к этой цели.</p> <p>3. Напишите 10 своих ценностей.</p> <p>4. Напишите 10 примеров УТП из любых бизнесов.</p> <p>5. Прочитайте слоганы известных компаний:<br/><a href="https://greensmm.livejournal.com/170855.html">https://greensmm.livejournal.com/170855.html</a><br/>Какие из них похожи на УТП?</p> <p>6. Напишите 20-30 сайтов своих коллег и конкурентов (можно аккаунтов в соцсетях, если это канал привлечения клиентов) на которых по результатам вы хотели быть похожи.</p> <p>7. Тезисно опишите свои характеристики (сильные стороны) или своего бизнеса. Минимум 20.</p> <p>8. Кто ваш клиент? (ответ текстом в строчку)</p> <p>9. Какие каналы привлечения клиентов вы сейчас уже используете? (ответ текстом в строчку)</p> <p>10. Какие каналы привлечения клиентов вы хотите начать использовать? (ответ текстом в строчку)</p> <p><b>БЛОК 2</b></p> |

1. Прописываем 10-20 ваших уникальных характеристик.
2. Прописываем почему нужно купить у меня по формуле УТП для акции. 10 примеров.
3. Найдите и выпишите все каналы привлечения клиентов, офферы и типы форм захвата у ваших конкурентов. Обзвоните 20 компаний ваших конкурентов.
4. Сервисы для исследования сайта: <https://netology.ru/blog/11-services-context-adv>
5. Написать подробный аватар клиента (приоритетный, не приоритетный и отрицательные характеристики)
6. Кто ваш один золотой процент?
7. Сделать список болей клиента. Напишите 3 иррациональные боли.
8. Сделать список мест, где обитает ЦА.

#### БЛОК 3

1. Обзвонить старых клиентов с опросом от 1 до 10.
2. Написать список «Почему люди не покупают?» и нейтрализация
3. Посмотреть рекламные ролики МММ.
4. Написать свою продающую историю.
5. Написать к каждому триггеру 1-3 примера из вашей ниши! **ОЧЕНЬ ВАЖНО!**
6. Сделать технику: Личностное выравнивание.
7. Написать список болей.
8. Написать первую гипотезу УТП.

#### БЛОК 4

1. Напишите 10 вариантов потенциальных проектов по формуле Тюринга.
2. Написать вторую гипотезу УТП с тремя триггерами. Три варианта.
3. Добавить гипотезу 5-7 преимуществ и отличий.

#### БЛОК 5

1. Разработать стратегию по привлечению клиентов. Выбрать канал привлечения клиентов.
2. Собрать КП конкурентов
3. Посмотреть ролик [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=187&v=-1us9zchQ5s](https://www.youtube.com/watch?time_continue=187&v=-1us9zchQ5s)
4. Написать третью гипотезу по формуле оффера. Создать инфопродукт.

#### БЛОК 6

1. Пишем отзывы на курс УТП
2. Создаём коммерческое предложение для 3-х аудиторий: семейная пара, одинокая бизнесмен женщина, одинокий бизнесмен мужчина.
3. Написать по 5 примеров : "где ваши клиенты" (ГВК) и "где деньги клиентов" (ГДК).

#### БЛОК 7

1. Встроить УТП во все точки контакта с клиентом.
2. Считать конверсию.
3. Доделываем УТП/Офер/Чек-лист
4. 300 ниш. Задание на развитие виденья возможностей.

### **Модуль 13. ГРАНЬ №13. КАК ПРОДАВАТЬ ДОРОГО. ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ С КЛИЕНТОМ.**

Модуль направленный на повышение среднего чека и увеличение вероятности успешной сделки через глубокое понимание психологии клиента и специфики индустрии дизайна.

- Цели:

- Научиться определять и использовать психологические триггеры в продажах.
- Понимать, за что клиент готов платить "не торгуясь".
- Мастерски вести переговоры и презентовать свои услуги.
- Составлять мощные продающие тексты и предложения.
- Эффективно работать с разными типами клиентов.
- Разбор азов психологии, аватары клиентов, поведенческую психологию и способы подсадить на себя человека.
- Разбор систем принятия решения у клиентов.
- Разбор психотипов и сложных аватаров клиентов
- Обсуждение сценариев общения во время продажи и переговоров.

Данный модуль дает конкретные, применимые в дизайне интерьера инструменты для того, чтобы не только продавать свои услуги, но и продавать их по высокой цене, привлекая платежеспособную и лояльную аудиторию.

#### **Модуль 14. ГРАНЬ №14. Жесткие переговоры**

Модуль "Жесткие переговоры" нацелен на то, чтобы вооружить участников навыками ведения сложных, конфликтных или максимально выгодных для себя переговоров, где ставки высоки, а достижение цели требует настойчивости и тактической проницательности

Общий подход такого модуля:

Максимум практики: Ролевые игры, разбор кейсов, отработка конкретных фраз и техник.

Акцент на психологию: Понимание мотивации, страхов и тактик оппонента.

Развитие уверенности: Преодоление страха и неуверенности.

Фокус на результат: Достижение максимальной выгоды для себя.

Этот модуль будет очень ценен для тех, кто хочет научиться добиваться своего в сложных деловых ситуациях.

#### **Модуль 15. ГРАНЬ №15. МЫШЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ**

Данный модуль посвящен развитию предпринимательского мышления у дизайнера интерьера, что является фундаментом для построения успешного и устойчивого бизнеса.

Цели урока:

- Понять ключевые отличия предпринимательского подхода от подхода исполнителя.
- Научиться видеть свой дизайн-бизнес как систему.
- Развить навыки стратегического планирования и принятия решений.
- Осознать важность финансовых показателей и управления ими.
- Принять ответственность за свой бизнес и его результаты.

Этот урок направлен на то, чтобы дизайнеры могли перейти на новый уровень, научиться управлять своим бизнесом эффективно, принимать правильные решения и добиваться устойчивого финансового успеха.

### 1.3. Условия реализации программы

#### Материально-технические условия реализации программы

| Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий | Вид занятий                    | Наименование оборудования, программного обеспечения                  |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Онлайн                                                            | Лекции и практические занятия. | Компьютер, телефон<br><br>Платформа дистанционного обучения Getcours |

### 1.4 Учебно-методическое обеспечение программы\*

1. Хилл, С. Радикальный маркетинг / Сэм Хилл, Гленн Рифкин; [пер. с англ. А. В. Семеновой]. — Москва: Бомбора™, 2023. — 320 с. — (Маркетинг. Продажи. PR). — ISBN 978-5-04-173120-2.
2. Ким, В. Ч. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / В. Чан Ким, Рене Моборн ; [пер. с англ. Ю. Кондуковой]. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2020. — 304 с. — ISBN 978-5-00169-380-0.
3. Чалдини, Р. Психология убеждения. 50 доказанных способов быть убедительным / Роберт Чалдини, Стив Мартин, Ноа Гольдштейн; [пер. с англ. А. Андреева]. — 2-е изд. — Москва: Эксмо, 2023. — 304 с. — (Психология. Сила убеждения). — ISBN 978-5-04-170750-4.
4. Спиральная динамика на практике: теория управления людьми, система принятия решений и инструмент стратегического планирования / Д. Бек, Т. Ларсен, С. Солонин [и др.]. — Москва: Альпина Паблишер, 2023. — 340 с. — ISBN 978-5-9614-8019-2.
5. Эйкор, Ш. Большой потенциал. Как добиваться успеха вместе с теми, кто рядом с тобой / Шон Эйкор ; [пер. с англ. А. Андреева]. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2023. — 272 с. — ISBN 978-5-00195-485-7.

### 1.5. Оценка качества освоения программы

Обратная связь от участников (через время):

Интервью с выпускниками: Более глубокое погружение в опыт применения знаний, выявление успешных кейсов и трудностей.

Оценка проектов, запущенных после программы:

Успешность новых проектов: Насколько успешно были реализованы идеи, возникшие в рамках бизнес-клуба.

Внедрение новых продуктов/услуг: Оценить, как программа помогла в разработке и запуске.

**Итоговая аттестация** проводится в форме итогового зачета. Итоговый зачет проводится в виде тестирования.

К итоговой аттестации допускаются слушатели, в полном объеме выполнившие учебный план по программе.

Содержание оценочных материалов в сфере дизайна интерьера определяется с учетом положений нескольких ключевых документов и факторов, которые обеспечивают актуальность, объективность и полноту оценки знаний, умений и компетенций.

Перечень заданий итогового теста приведен в Приложении 1. Отметка «зачтено» выставляется в случае, если слушатель дал не менее 70 % правильных ответов.

## Приложение 1

### Вопрос №1

Какой вид организационно-правовой формы лучше всего подходит для небольшого стартапа студии с одним учредителем, планирующим рост, но не привлекающим массовые инвестиции на начальном этапе?

- Акционерное общество
- Индивидуальный предприниматель (ИП)
- Общество с ограниченной ответственностью (ООО)
- Открытое акционерное общество

### Вопрос №2

Выберите один или несколько вариантов ответа

Какие из перечисленных каналов являются наиболее эффективными для продвижения новой студии красоты или творческой студии в современном городе?

- Реклама на радио
- Сотрудничество с лидерами мнений (блогерами, инфлюенсерами)
- Контекстная реклама в интернете
- Баннерная реклама на телевидении
- Локальное SEO и карты (Google Maps, Яндекс.Карты)
- Проведение мастер-классов и открытых уроков

### Вопрос №3

Какова основная цель создания стандартов обслуживания клиентов в студии?

- Увеличить доход студии в два раза.
- Обеспечить единообразное высокое качество сервиса и клиентского опыта.
- Уменьшить количество сотрудников.
- Создать сложную бюрократическую систему.

### Вопрос №4

Выберите один или несколько вариантов ответа

- Какие из перечисленных стратегий являются примерами масштабирования бизнеса студии?
- Открытие второго филиала в другом районе/городе
- Добавление новых, смежных услуг (например, в студии йоги появились курсы медитации).
- Увольнение неэффективных сотрудников.
- Создание франшизы студии.

- Снижение цен на все услуги.

#### Вопрос №5

Какой из элементов не является обязательной частью SWOT-анализа?

- Сильные стороны (Strengths)
- Слабые стороны (Weaknesses)
- Сотрудники (Staff)
- Возможности (Opportunities)
- Угрозы (Threats)

#### Вопрос №6

Что такое Уникальное Торговое Предложение (УТП) и почему оно критически важно для студии дизайна интерьера на этапе открытия?

- УТП — это комплекс всех услуг, которые предлагает студия, от концепции до реализации. Оно важно для новой студии, чтобы показать обширность ее возможностей.
- УТП — это маркетинговый инструмент, который помогает студии постоянно снижать цены, чтобы быть конкурентоспособной. Это критично для привлечения клиентов на старте.
- УТП — это отличительная особенность или уникальная выгода, которую студия предлагает своим клиентам, выделяющая ее среди конкурентов. Оно критически важно на этапе открытия, чтобы привлечь целевых клиентов, сформировать узнаваемый бренд и занять свою нишу на рынке.
- УТП — это сумма начального капитала, необходимого для запуска студии. Его важность заключается в обеспечении финансовой стабильности на первом этапе работы.

#### Вопрос №7

Что такое "точка безубыточности" (ТБУ) и как она рассчитывается?

- Точка безубыточности – это момент, когда студия начинает получать прибыль. Она рассчитывается путем деления всех доходов на все расходы. Это важно для понимания прибыльности бизнеса.
- Точка безубыточности – это объем продаж или выручки, при котором общие доходы студии равны общим расходам, то есть прибыль равна нулю. Для расчета в натуральном выражении (количество проектов) используется формула:  $\text{Постоянные издержки} / (\text{Цена за проект} - \text{Переменные издержки на проект})$ . Для расчета в денежном выражении (выручка) используется формула:  $\text{Постоянные издержки} / (1 - (\text{Переменные издержки} / \text{Выручка}))$ . Понимание ТБУ позволяет студии планировать объемы продаж, устанавливать цены и оценивать финансовую устойчивость.
- Точка безубыточности – это максимальная сумма инвестиций, которую студия готова понести до начала получения прибыли. Она рассчитывается путем анализа капитальных вложений и ожидаемой доходности. Это помогает оценить риски.

- Точка безубыточности – это минимальное количество сотрудников, необходимое для выполнения всех проектов студии. Она рассчитывается исходя из загрузки каждого сотрудника. Это важно для оптимизации штатного расписания.

#### Вопрос №8

Какие основные шаги необходимо предпринять для разработки эффективной стратегии ценообразования для новой студии дизайна интерьера, учитывая конкурентов и выбранное позиционирование?

- Сначала определить все издержки и установить минимальную рентабельную цену, затем изучить цены прямых конкурентов и предложить свои услуги на 10-15% ниже, чтобы быстро привлечь клиентов и занять долю рынка, не учитывая позиционирование студии.
- Провести детальный анализ цен конкурентов и средней стоимости услуг на рынке, после чего просто скопировать ценовую политику самого успешного конкурента, добавив небольшую наценку для получения прибыли. Это минимизирует риски на старте.
- Разработать эффективную стратегию ценообразования следует, начав с тщательного анализа всех постоянных и переменных издержек студии. Затем провести глубокий анализ конкурентов, чтобы понять рыночные стандарты, структуру ценообразования и предложения. Ключевым шагом является определение уникального ценностного предложения и желаемого позиционирования студии (например, премиум-сегмент, экономичный сегмент, нишевая специализация), которое станет основой для формирования цен. Необходимо разработать ценовые модели (фиксированный прайс за проект, почасовая оплата, пакетные предложения), отражающие воспринимаемую ценность для клиента, а не только затраты. Важно также предусмотреть возможность гибких предложений (разные пакеты услуг) и быть готовым регулярно пересматривать и корректировать цены в зависимости от рыночной ситуации и обратной связи.
- Приоритетом должно быть создание яркой рекламной кампании и значительные скидки в первые 6 месяцев работы, чтобы сформировать широкую клиентскую базу. Цены при этом должны быть максимально низкими, чтобы обеспечить максимальный охват. Поднимать цены можно будет только после того, как студия станет узнаваемой и получит много положительных отзывов.

#### Вопрос №9

Что такое финансовая модель и какую ключевую роль она играет при принятии решения о масштабировании бизнеса?

- Финансовая модель – это инструмент для отслеживания текущих расходов и доходов компании, по сути, детализированный бюджет. При принятии решения о масштабировании она нужна лишь для подтверждения наличия средств на инвестиции, но не помогает прогнозировать будущую прибыльность или оценивать риски.
- Финансовая модель – это документ, описывающий маркетинговую стратегию и клиентский портфель компании. При масштабировании она помогает

определить, какие сегменты рынка наиболее привлекательны для расширения, но не имеет прямого отношения к оценке финансовых показателей роста.

- Финансовая модель – это математическое представление деятельности компании, используемое для прогнозирования будущих финансовых результатов (доходов, расходов, прибыли, денежных потоков) и оценки различных бизнес-сценариев. При принятии решения о масштабировании бизнеса она играет ключевую роль, позволяя оценить финансовую целесообразность расширения, спрогнозировать потребность в капитале и ресурсах, выявить потенциальные риски и узкие места, а также определить оптимальные темпы и стратегии роста, показывая, как изменение масштаба повлияет на ключевые финансовые показатели и общую устойчивость компании.
- Финансовая модель – это исторический отчет о прибыли и убытках компании за предыдущие периоды. Для масштабирования она служит исключительно справочным материалом о прошлой эффективности, но не может быть использована для прогнозирования будущих результатов или планирования расширения.

#### Вопрос № 10

Что такое «ловушка основателя» при попытке масштабирования?

- Ситуация, когда основатель тратит всю прибыль на личные нужды.
- Когда все ключевые процессы (продажи, контроль качества, общение с VIP-клиентами) замкнуты на личности владельца.
- Когда основатель забывает продлить аренду офиса.
- Когда конкуренты переманивают ведущего дизайнера.

#### Вопрос № 11

Какой показатель является наиболее важным при расчете готовности студии к масштабированию?

- Общее количество лайков в портфолио в социальных сетях.
- Выручка за последний месяц.
- Наличие описанных бизнес-процессов (SOP) и понятная юнит-экономика (прибыльность одного проекта).
- Количество грамот и наград на профессиональных конкурсах.

#### Вопрос № 12

Вы решили масштабироваться и нанять еще 5 дизайнеров. Что должно произойти с вашим участием в проектах?

- Я должен начать проверять каждую линию в их чертежах лично.
- Я должен делегировать производство и сосредоточиться на стратегии, маркетинге и партнерствах.
- Я должен работать в два раза больше, чтобы подавать пример.
- Я должен уйти в отпуск на полгода, чтобы команда стала самостоятельной.

#### Вопрос № 13

Что такое «кассовый разрыв», который часто случается при быстром росте студии?

- Когда в кассе сломался замок.
- Ситуация, когда по документам прибыль есть, а на счету нет денег для выплаты зарплат и налогов прямо сейчас.
- Ошибка в чеке при оплате услуг подрядчика.
- Слишком большая разница в цене между вашим самым дешевым и самым дорогим проектом.

#### Вопрос № 14

Какая стратегия продвижения наиболее эффективна для студии на этапе масштабирования (переход от «сарафанки» к системе)?

- Продолжать ждать, пока клиенты сами посоветуют студию друзьям.
- Построение системы лидогенерации (контент-маркетинг, таргетированная реклама, коллаборации, работа со СМИ).
- Спам-рассылка по всем контактам в телефонной книге.
- Снижение цен в два раза, чтобы забрать весь рынок.

#### Вопрос № 15

При масштабировании качество услуг часто падает. Как этого избежать?

- Увольнять за любую ошибку.
- Внедрить систему чек-листов и назначить арт-директора/аккаунт-менеджера для контроля стандартов.
- Перестать брать новые заказы.
- Лично переделывать работу за всеми сотрудниками по ночам.