

Технологии выстраивания бизнес-контактов. Практика нетворкинга

Формат обучения: Очно

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 29.06.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Стратегия и тактика нетворкинга

- Что такое нетворкинг? Как находить и устанавливать нужные связи?
- Выгоды от построения сети контактов. Преимущества активного нетворкинга
- Нетворкинг и успешность. Как заставить связи работать на вас?
- Философия нетворкинга. Построение бизнеса через построение отношений
- Роли в установлении личных контактов. Ключевые навыки нетворкера
- Теория равновесия в нетворкинге. Техники и правила эффективного нетворкинга
- Оценка ваших активов в нетворкинге
- Как оказаться в нужном месте в нужное время?
- Деловой этикет на мероприятиях

Практикумы:

- упражнение «Тройное знакомство». Практика нетворкинга

- и освоение основных принципов
- упражнение «Оценка активов нетворкинга. Насколько вы богаты контактами?». Соответствие контактов и целей
- упражнение «Сбор информации о возможных контактах»

Техники установления контактов

- Как устанавливать контакты? 5 основных принципов
- Золотые правила при завязывании новых контактов. Три уровня восприятия информации
- Методы преодоления барьера неуверенности
- Вербальные и невербальные способы установления контакта
- Приемы инициации знакомства, преодоление барьера настороженности
- Какие вопросы задавать, чтобы разговаривать собеседника?
- Способы привлечения внимания к своей персоне
- Как избавляться от «прилипал»?

Практикумы:

- упражнение «Золото общения. Как слушать и слышать собеседника»
- упражнение «Парафраз: как достичь взаимопонимания»

Грамотная личная самопрезентация

- Ключевые аспекты самопрезентации
- Уровни самопрезентации, которые помогут произвести приятное впечатление и запомниться
- Разнообразие голосовых характеристик: как звучит и воспринимается ваш голос
- Как заинтересовать партнера своим предложением?
- Типичные ошибки самопрезентации

Практикумы:

- упражнение «Самопрезентация за 60 секунд»
- упражнение «Логические уровни самопрезентации»

Техники «Штирлица» в нетворкинге

- Умение воспринимать и верно интерпретировать поведение людей
- Использование «манипуляторов» и «иллюстраторов»
- Запрещенные приемы. Какие жесты и позы мешают вашему имиджу?
- Как добавить себе уверенности и статусности?
- Как распознать социальный статус окружающих?

Практикумы:

- упражнение «Знаки неуверенности и лжи»
- упражнение «Эмблемы уверенности, власти и силы»

Поддержание деловых контактов в нетворкинге

- Последующий оперативный контакт: дата, особенность, тема
- Отсев ненужных контактов. Как говорить твердое «нет»?
- Как совмещать полезное с приятным? Деловой завтрак, обед, праздничные мероприятия
- Систематизация контактов
- Структура картотеки (базы) нетворкинга. 7 ключевых уровней

Практикум: упражнение «Работа с базой данных контактов»

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения

- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи

- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда



- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение