Приложение 2

**Тренинг**

***на тему: «Прикладные инструменты эффективных коммуникаций для сотрудников нотариата»***

**Дата проведения:** 23 апреля **2019 года с 10.**00 до 16.10

**Формат проведения:** очно.

**Место проведения:** Москва, ул. Долгоруковская 15, стр. 4-5 (конференц-зал ФНП).

**Стоимость:** 7 000рублей.

**Продолжительность:** 8часов.

**Вид документа:** сертификат участника семинара.

**Мероприятие проводят:**

**Кочубей Марианна Анатольевна –** эксперт, полковник;

**Смирнова Вера Александровна** – руководитель специальных отраслевых проектов, стратегический бизнес-консультант;

**Кочубей Сергей Владимирович** – практикующий аналитик, специалист по бизнес-тактике

**Содержание:**

Запрос целевой группы продиктован потребностью освоить инструменты коммуникаций в трёх ключевых проекциях, в которых взаимодействуют нотариусы:

* **Нотариус – клиент.** На этом уровне рабочие ситуации могут потребовать от сотрудника нотариата быструю оценку клиента и быстрый выбор модели взаимодействия. При этом цена ошибки –потеря клиента, претензия со стороны клиента, низкий рейтинг в различных источниках, размещенных в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

*Решение, предлагаемое в тренинге* ***–*** *технологии эффективных переговоров на уровне межличностных коммуникаций*

* **Нотариус – нотариальные палаты субъектов РФ и центральный аппарат Федеральной нотариальной палаты.** В некоторых случаях отсутствует командный принцип работы региональных нотариальных палат и нотариусов. Это приводит к низкой вовлечённости нотариусов в определение приоритетных направлений деятельности, а значит – нотариусы не могут выступать субъектами развития ближайшего делового окружения. На уровне взаимодействия с Центром нотариусы нарушают субординацию уровня решений вопросов, что приводит к «перегрузке» отдельных точек взаимодействия. Результат – незащищённость, неконструктивная конкуренция, низкая операционная эффективность.

*Решение, предлагаемое в тренинге – технологии вовлечённости в процессы развития профессионального сообщества на уроне сетевого и организационного взаимодействия*

* **Нотариус – нотариус**. Несмотря на то, что в данной профессиональной среде официально конкуренция запрещена, имеются факты недобросовестных действий нотариусов в борьбе за клиентов. Результат – негативное влияние на имидж российской нотариальной службы в целом и, как правило, отсутствие желаемого результата для «автора».

*Решение в тренинге – технологии информационного воздействия на выбор клиента методами «мягкой силы» (выбор лучшего, а не избегание «плохого») на уровне коммуникаций с неопределённым «собеседником»*

**Формат тренинга:**

* 8 академических часов аудиторной нагрузки
* Лекции в формате «блиц»
* Решение кейсов на основе реальной практики нотариусов
* Проектная работа в командах
* Тренинг проводят практикующие специалисты в сфере аналитики и стратегических коммуникаций

**Часть 1. Коммуникативная проекция «нотариус – клиент»**

* 1. **Архетипы и тени в технологиях эффективных коммуникаций с клиентами нотариальных служб с применением методов НЛП *(лекция)*:**
* Специфические черты архетипов: одежда и внешний вид, манера поведения, характерные речевые обороты и мотивации, слабости и акцентуации
* Использование знаний об архетипах в построении эффективных коммуникаций с клиентом: взаимопонимание, результативность диалога, снижение риска конфликта с клиентом

*Лектор: Кочубей Марианна Анатольевна – эксперт, полковник*

* 1. **Формирование атрибутов нотариальной службы под сегменты потребителей с точки зрения «экономики впечатлений» *(тренинг)*:**
* Матрица потребностей и сегментация клиентов
* Результаты авторского исследования отзывов клиентов нотариата с точки зрения «экономики впечатлений»
* Лучшие практики соответствия атрибутов: от опыта компании Apple до кейсов нотариальных служб
* Решение кейсов «Офис нотариуса», «На приёме у нотариуса»

*Тренер: Смирнова Вера Александровна – руководитель специальных отраслевых проектов, стратегический бизнес-консультант*

* 1. **Тактика «подстройки» под клиента в интересах бесконфликтного диалога с высокой результативностью *(тренинг)*:**
* Калибровка ресурсного и нересурсного состояния клиента
* Вербальные признаки психологических доминант в текущем состоянии клиента и «подстройка» под эти доминанты
* Решение кейсов «Я буду жаловаться!», «Я ничего не понимаю!»

*Тренер: Кочубей Сергей Владимирович – практикующий аналитик, специалист по бизнес-тактике*

**Часть 2. Коммуникативная проекция «нотариус – нотариальные палаты субъектов РФ и центральный аппарат Федеральной нотариальной палаты»**

**2.1. Нотариальная служба: иерархии и сети *(тренинг)*:**

* Результаты авторского исследования актуального и будущего места нотариуса в обществе: социальный статус в цифрах, формат деятельности, риски занятости и профессиональной пригодности
* Сеть – региональная экосистема работы нотариуса и приёмы достижения синергетического эффекта
* Включение нотариуса в иерархию принятия решений: стратегический диалог, системообразующие цели и ценности нотариального сообщества
* Эффективность коммуникаций по горизонтали и по вертикали нотариальных служб
* Решение кейсов «Сигнал “SOS” в Центр», «Команда или “каталог” нотариусов региона?»

*Тренер: Смирнова Вера Александровна – руководитель специальных отраслевых проектов, стратегический бизнес-консультант*

**Часть 3. Коммуникативная проекция «нотариус – нотариус»**

**3.1. PR-технологии для нотариусов *(тренинг)*:**

* Работа с имиджем нотариуса в СМИ, интернет ресурсах в т.ч. социальных сетях
* На что нужно обратить внимание для создания положительного образа нотариуса в медиа-среде?
* Какие технологии и пути распространения информации о деятельности существуют?
* Какие методы автоматизированного сбора и анализа данных существуют?
* Практики информационной конкуренции. Инструменты защиты
* Как классифицировать и выявить действия, вредящие репутации?
* Как избежать негативных последствий информационных атак?
* Решение кейса «Негативная публикация в СМИ»

*Тренер: Кочубей Сергей Владимирович – практикующий аналитик, специалист по бизнес-тактике*

**3.2. «Мягкая сила» в работе с общественным мнением и действием – политические технологии на службе у нотариуса *(тренинг)*:**

* Принципы использования и основные инструменты «мягкой силы»
* «Мягкая сила» в среде, где конкуренция невозможна: примеры из реальной практики политических и общественных организаций, корпораций и центров социальных сервисов
* Решение кейса «Стать центром притяжения»

*Тренер: Смирнова Вера Александровна – руководитель специальных отраслевых проектов, стратегический бизнес-консультант*