



خلق درآمد پایدار از کوچینگ

پیام آزادی | PAYAM AZADI

وبینار ۲۹ اردیبهشت



پیام آزادی

- کوچ حرفه ای تایید صلاحیت شده PCC از فدراسیون جهانی کوچینگ ICF
- دارای مدرک حرفه ای کوچینگ گروهی از ICF
- عضو فدراسیون جهانی کوچینگ ICF
- عضو آکادمی کوچینگ FCA انگلستان
- عضو انجمن کوچینگ ایران
- تجربه بیش از ۲۵۰۰ ساعت کوچینگ از سال ۱۳۹۸
- دانش آموخته MBA از دانشگاه شهید بهشتی
- مهندس برق از دانشگاه تهران جنوب

درباره من

- مدیر فروش سرور اینترنتی AZAD NET سال ۱۳۷۶ تا ۱۳۷۷
 - مسئول اپراتوری و نگهداری از تجهیزات لیزری مرکز چشم پزشکی زمرد روشنگر LAZIK_PRK از سال ۱۳۷۷ تا ۱۳۷۸
 - مدیر فنی بخش EXCIMER LASER بیمارستان ونک LAZIK_YAG LASER از سال ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۰
 - مدیر فروش NIDEK ژاپن، فروش و خدمات پس از فروش دستگاه های لیزر تخصصی چشم و پوست از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۲
 - مدیر داخلی AMECO DUBAI - واردات و فروش تجهیزات پزشکی از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۲
 - مدیر پروژه ۳۲GROUP - عکاسی تبلیغاتی صنعتی ساختمان از سال ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۲
 - نماینده فروش DAMAC DUBAI - ساخت و فروش پروژه های ساختمانی در امارات از سال ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۲
 - مدیر و موسس شرکت پایکو - واردات و فروش نوت بوک از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۸
 - ناظر و طراح گروه پایکو افزار - برگزاری نمایشگاه های تخصصی سالانه در کنگره ها و همایش های بین المللی پزشکی
- سال ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۸
- مدیر و موسس آتلیه صنعتی ۸۸ - عکاسی صنعتی و تولید پکیج مولتی مدیا ۱۳۸۸ تاکنون
 - انجام پروژه تبلیغاتی صنعتی فاز اول مجتمع ایران مال به مدت ۵ سال
 - مدیر و موسس آکادمی کوچینگ پیام آزادی PCA - برگزاری جلسات کوچینگ در زمینه بهبود عملکرد (فردی و شغلی و گروهی) از سال ۱۳۹۵ تاکنون

سوابق کاری



امروز چه اتفاقی قراره بیافته؟

03



جایگاه کوچینگ به عنوان شغل شغل اصلی؟ شغل فرعی؟

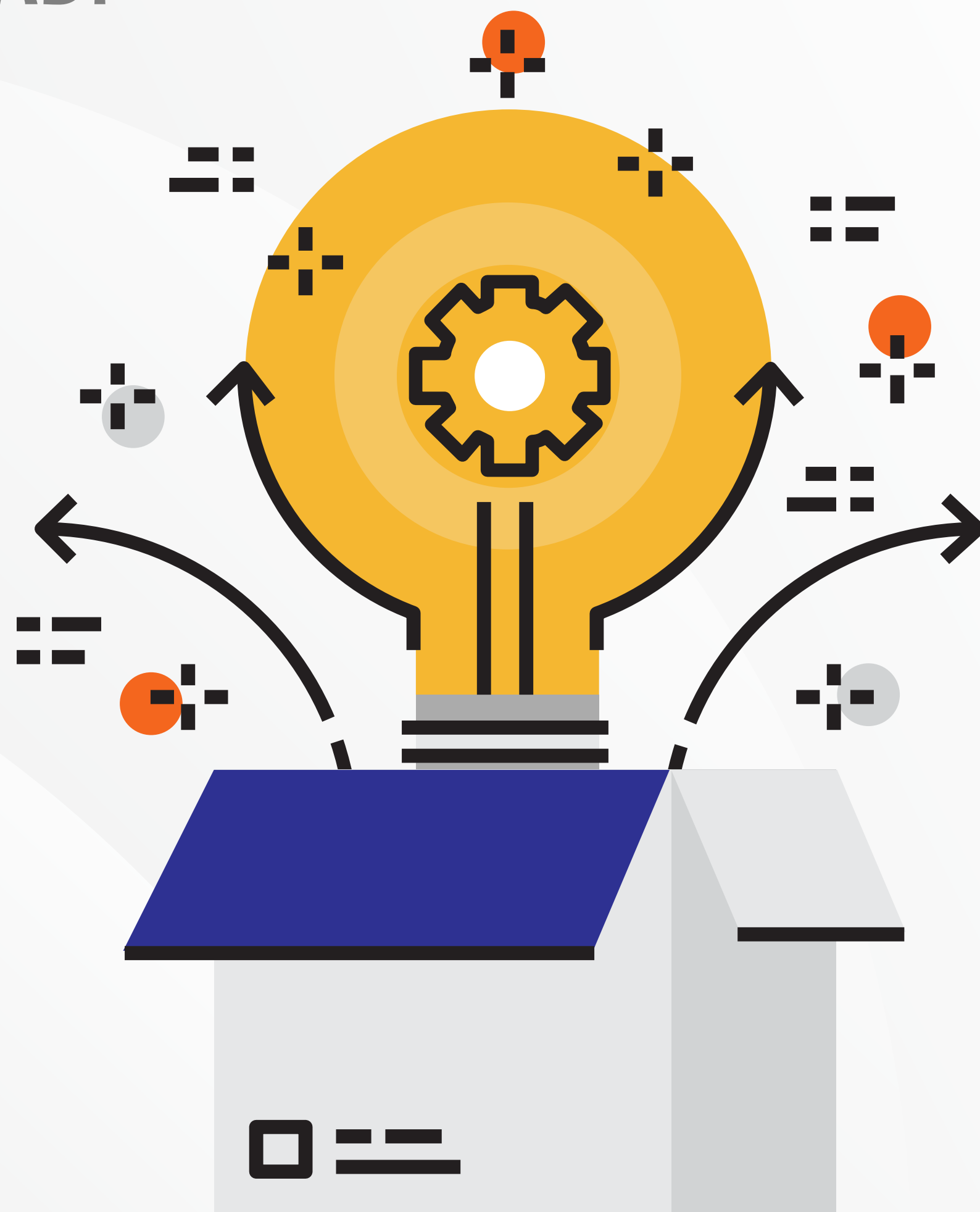
04



زمین بازی من کجاست؟

شغل اصلی؟

شغل فرعی؟



چه ابزار دیگه ای داریم؟

مشاوره؟
منتورینگ؟
آموزش؟
ارزیابی؟
تراپی؟

کسب و کار: محصول ارائه

07



محصول شما چیست؟

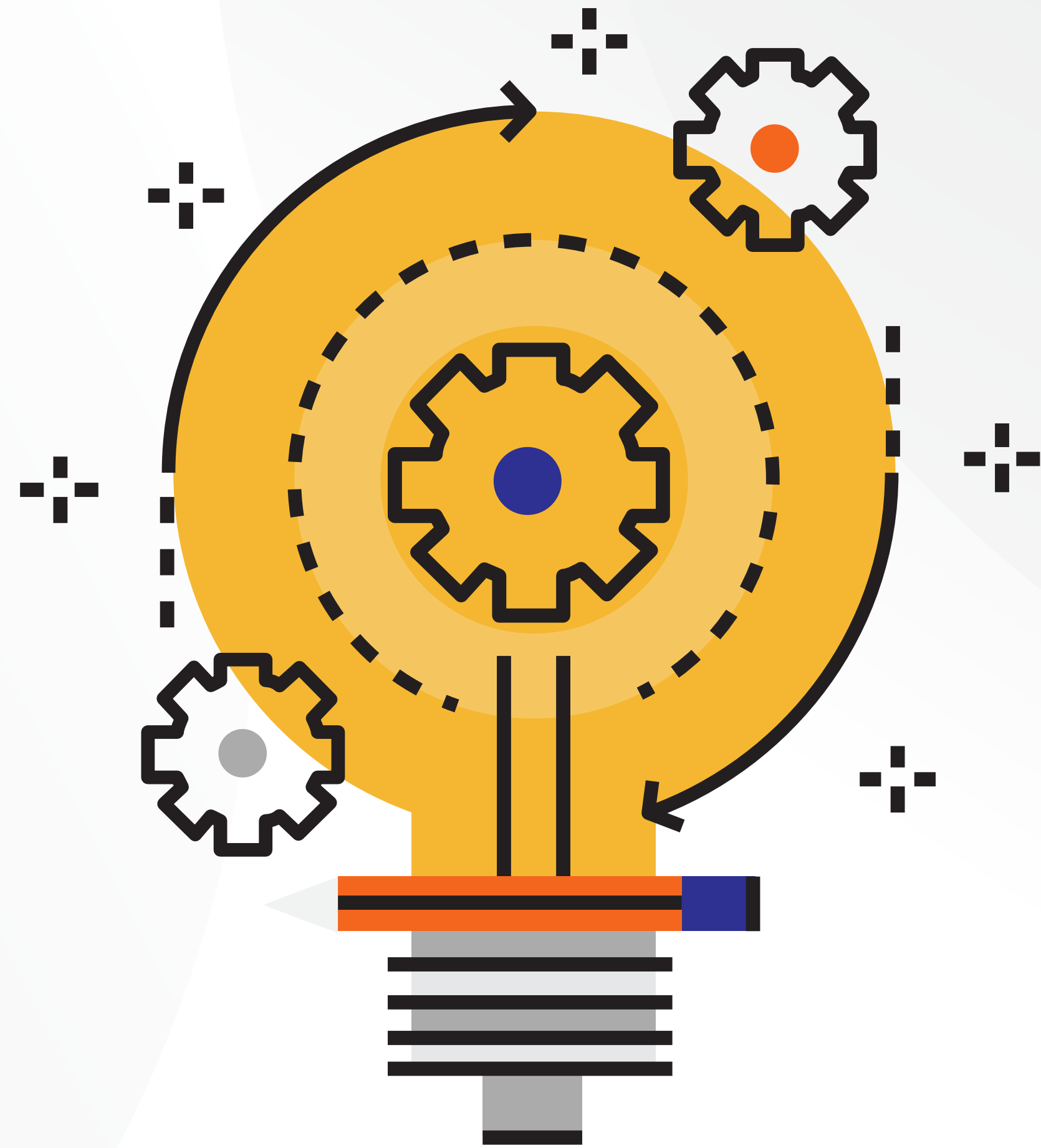


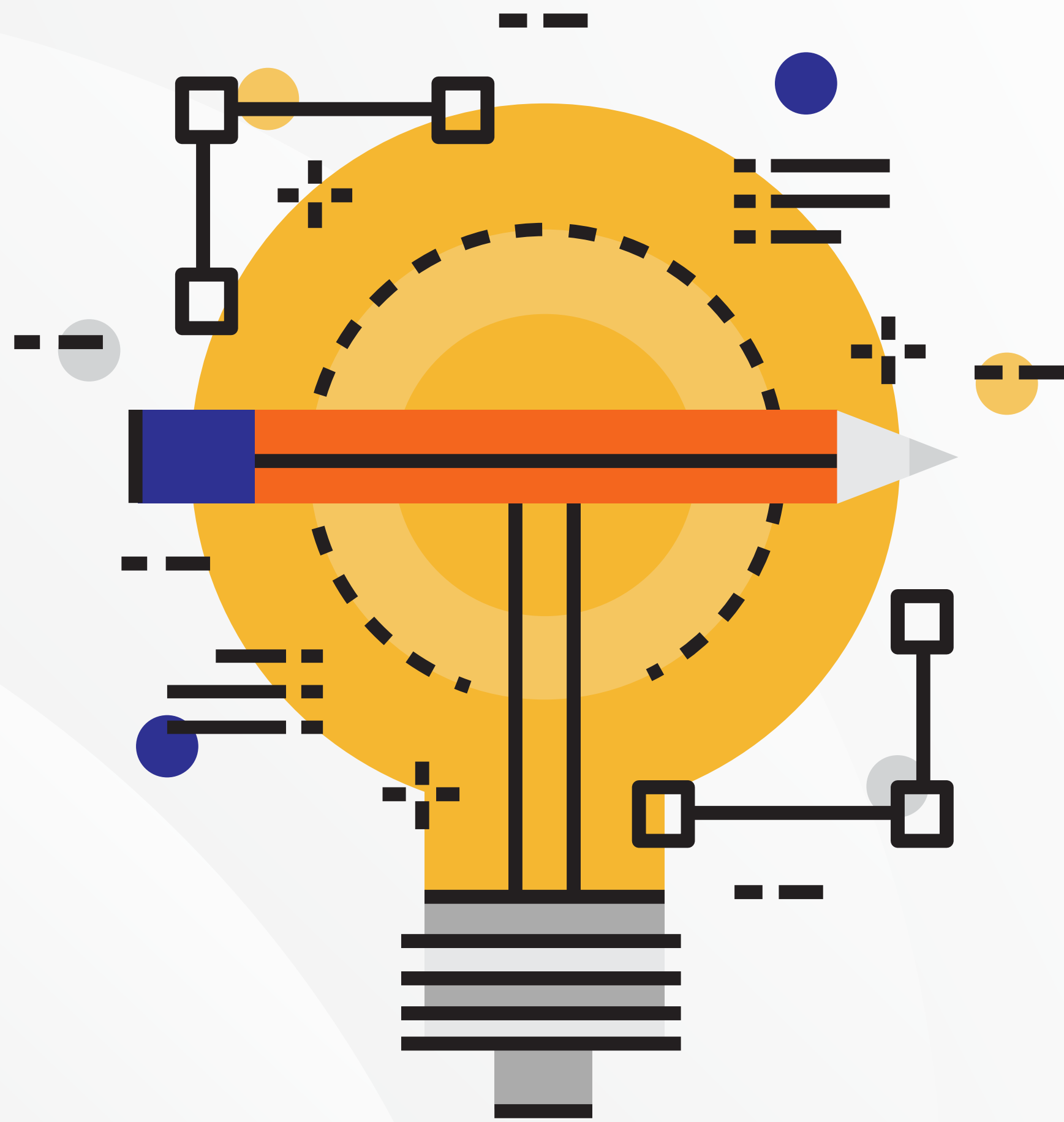
تعريف محصول

بیزینس ایده آل:

محصول ایده آل
ارائه ایده آل

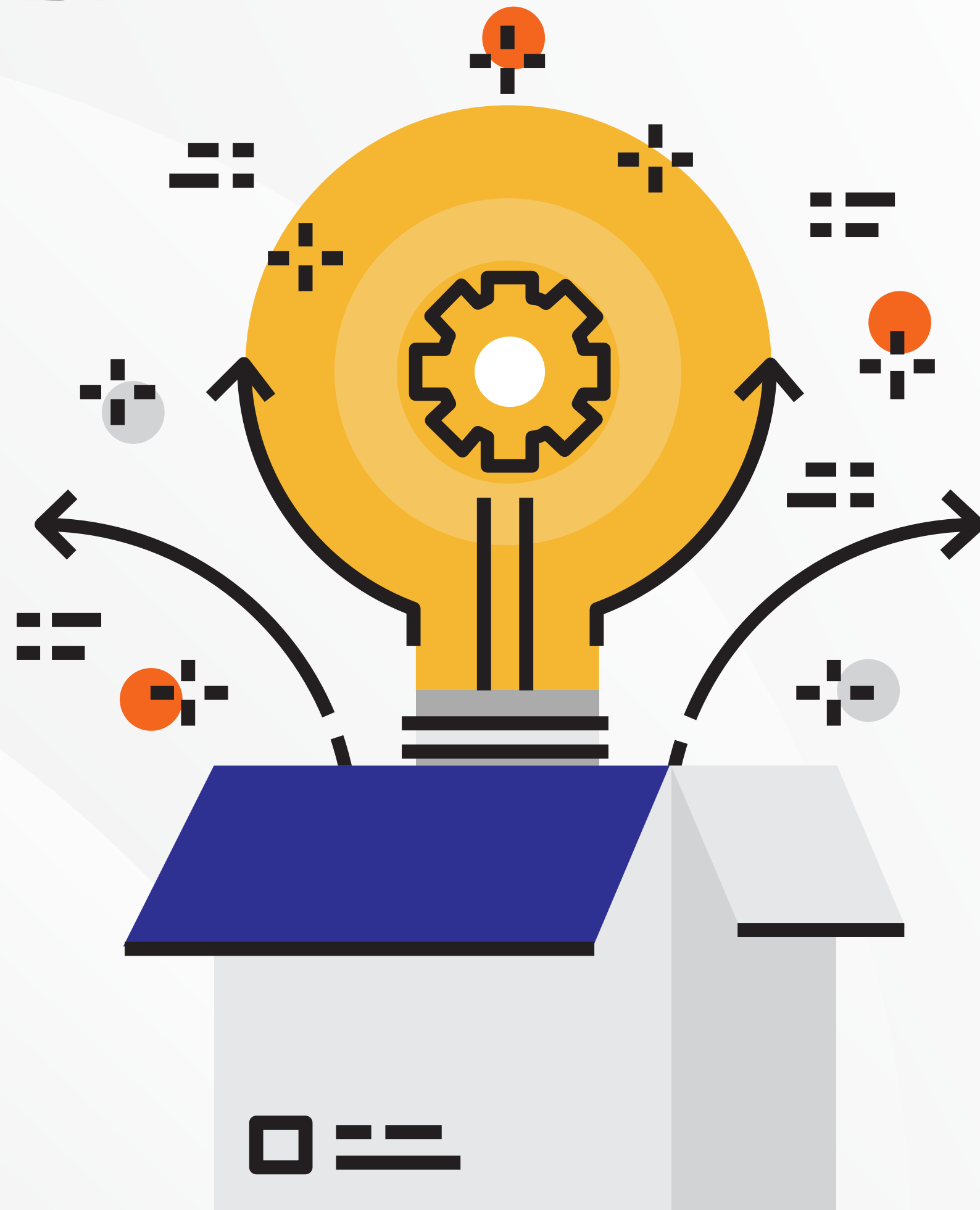
محصول ایده آل چيست؟





فرمول ساخت محصول ایده آل: درک منافع مشتری

۱. منافع ضروری
۲. منافع مورد انتظار
۳. منافع مطلوب
۴. منافع غیر منتظره



استراتژی های ساخت محصول ایده آل

۱. استراتژی قیمت پایین
۲. استراتژی قیمت بالا
۳. استراتژی تمرکز
۴. استراتژی تمایز
۵. استراتژی چابک

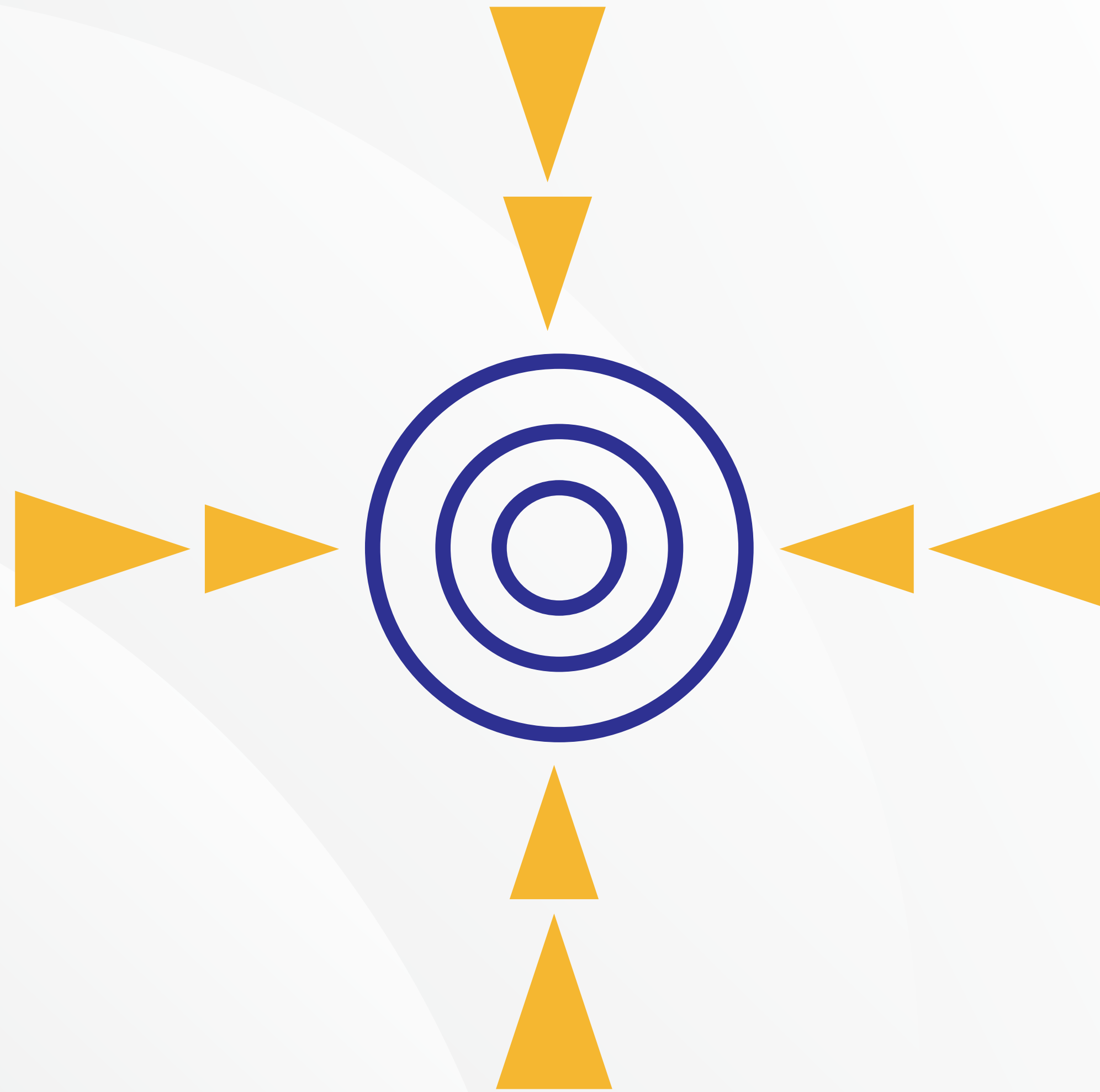


محصول ایده آل من





ارائه محصول بازاریابی فروش



اصل تمرکز در دنیای امروز

استراتژی نیچ مارکتینگ





مثال‌هایی از تجربه نیچ مارکتینگ خودم

۱. سال ۱۳۷۸ لپتاپ Toshiba

۲. سال ۱۳۸۱ آپارتمانهای زیر ۵۰ متر Damac دوبی

۳. سال ۱۳۸۴ واردات دستگاه Lasik چشمی

۴. آتلیه عکاسی PhotoBaby

مثال‌هایی از نیچ مارکتینگ در دنیا



۱. بر اساس نوع محصول: Mcdonald's

۲. بر اساس منطقه جغرافیایی: Facebook

۳. بر اساس ویژگی اجتماعی: عروسک‌های Barbie

۴. بر اساس قیمت: ساعت Rolex



انقلاب صنعتی چهارم



اهمیت جابک بودن در زندگی امروزه