

گزارش سمینار " کسب درآمد اینترنتی با محوریت برندسازی شخصی "

هفته کار آفرینی گرامی باد



سمینار آموزشی " کسب درآمد اینترنتی با محوریت برندسازی شخصی " باتدریس جناب آقای مهندس امیر فراهانی و خانم مهندس سیده الهه محسنی پور در روز دوشنبه ۹۸/۹/۱۱ از ساعت ۱۰ الی ۱۲ در هفته

کارآفرینی ۱۳۹۸ با برنامه ریزی معاونت پژوهش و فناوری سرکارخانم دکتر بسطامی و همکاری گروه علوم اداری و اساتید کارآفرینی در آمفی تئاتر دانشکده فنی دکتر شریعتی برگزار گردید.

آقای مهندس امیرفراهانی علاوه بر مسئولیت اجرایی در صندوق نوآوری و شکوفایی ریاست جمهوری و مشاور آموزشی فراکسیون اکو مجلس، به تازگی به همراه خانم مهندس سیده الهه محسنی پور که از دانشجویان دانشکده شریعتی هستند، هایپیک را راه اندازی کرده اند.



ایشان در ابتدای جلسه با این پرسش که چند درصد دانشجویان حاضر در سالن اکنون شاغل هستند و چه میزان درآمدی دارند و درآمد ایده آلی که انتظار دارند چقدر است، بحث تاثیر برند سازی شخصی را در میزان موفقیت در کسب و کار آغاز نمودند.

پرسش بعدی این است که تعریف درست از برندسازی شخصی چیست؟ برند شخصی یعنی من در حرفه و شغلی که دارم شناخته شده باشم یعنی من شهرت خوبی داشته باشم و به کیفیت یا کمیت در کاری که انجام میدهم معروف باشم.

با وجود رقابت شدیدی که در صنعت وجود دارد فقط داشتن تخصص کافی نیست بلکه باید من در کارم شهرت مناسبی کسب کنم تا کار و شغلم ادامه پیدا کند و زنده بماند. با دسترسی به اینترنت و فراگیری دیجیتال مارکتینگ بسیاری از مشاغل بصورت فیزیکی حذف میشوند و بیشتر در آمد باروش های مجازی و غیر حضوری کسب می شود.

برند مجموعه ای از تعریف ها و خاطرات مشتریان و اطرافیان از شماست. برندسازی را نوع نگاه مراجعان به شما تشکیل می دهد. برندسازی "یک نوع قدرت نرم" است که به میزان محبوبیت و نفوذ ما در دیگران بستگی دارد.

برندسازی هر فرد از تعریف ظاهر شروع و تا شناخت تخصص ادامه می یابد. برند به ما قدرت فروش و درآمدزایی و اعتبار و محبوبیت بیشتر می دهد.

برند شخصی چگونه ایجاد می شود؟

۱. کشف علایق
۲. کنار گذاشتن ترس ها
۳. خلاقیت
۴. یادگیری تکنیکها
۵. موقعیت سنجی

۶. آنلاین بودن (قانون ۷ در ۲۴) در ۷ روز هفته هر روز ۲۴ ساعت در دسترس باشم.

۷. آپدیت بودن (از برنامه های روز و شرایط جدید کاملا آگاه و باخبر باشم و توانایی به کاربردن آنها را داشته باشم)

نگاه استراتژیک جهت رشد برند سازی شخصی :

۱. تهیه چشم انداز بلند مدت برای زندگی حرفه ای

۲. متمایز بودن

۳. استفاده از تحلیل SOWT در پرسونال برندینگ

۴. توسعه کار

۵. شناخت مخاطبان

۶. حفاظت از برند شخصی خود

از دیگر سخنرانان برنامه خانم محسنی پور بودند که از دانشجویان دانشکده شریعتی هستند که با ثبت برند شخصی خود و فعالیت در عرصه دیجیتال مارکتینگ به درآمد میلیونی در ماه رسیده اند و از تجربیات خود دانشجویان را مطلع ساختند.

برای شروع کار اول به علاقه خودتان رجوع کنید و یا زمینه ای که در آن مهارت دارید را انتخاب کنید سپس حوزه ی فعالیت خود را مشخص کنید فروش محصول، خدمات یا مزیت .

قدم بعدی راه اندازی سایت و داشتن یک سایت در دسترس و دارای یک نام مناسب از اولین برنامه های راه اندازی دیجیتال مارکتینگ هست.

نام سایت باید دارای چه ویژگی هایی باشد: کوتاه، به یاد ماندنی، معرف برند و مرتبط به فعالیت های شما .

علاوه بر سایت باید در شبکه های ارتباطی دیگری مانند اینستاگرام و ... هم به معرفی کار خود پرداخت.
روال کار در شبکه های اجتماعی با ۱. افزایش فالوور ۲. تبدیل فالوور به علاقمند ۳. تبدیل علاقمند به خریدار می
باشد که باید زمان و فرصت کافی مثلا مدت شش ماه را برای گسترش کار در نظر گرفت .

سپس خانم محسنی پور با نمایش کلیپ از زندگی و موفقیت صاحبان برند خواجهوی و برند عبایا به انواع روش
های درآمدزایی اینترنتی و بررسی چند نمونه از برندهای معروف که به فروش محصول، خدمات یا آموزش در
اینترنت مشغول هستند ، پرداختند .

در پایان سمینار معاونت پژوهش و فناوری سرکار خانم دکتر بسطامی از آقای مهندس فراهانی و خانم محسنی پور
برای ارائه مطالب و تجربیات ارزنده به دانشجویان تقدیر کردند.



آقای مهندس فراهانی و خانم محسنی پور جهت مشاوره و راهنمایی دانشجویان تا ساعت ۱۴ در دانشکده حضور
داشتند.