

O Marketing Pessoal na sua Trajetória Profissional

Por Eliane Doin

O grande desafio do Marketing é criar marcas fortes que vão ao encontro das necessidades e desejos dos consumidores e, por essa via, possam aspirar uma vida longa. Se assim acontece com os produtos e os serviços, da mesma forma acontece com as pessoas.

O Marketing Pessoal tornou-se uma ferramenta estratégica essencial no processo de se conduzir com sucesso uma marca pessoal no mundo atual em que vivemos.

Na dose certa e de forma planejada, é possível criar e desenvolver uma imagem coerente e consistente, envolta em associações psicológicas positivas que dêem visibilidade necessária para que uma pessoa se transforme em uma referência no seu ambiente vivencial e possa fazer parte dos projetos de vida das outras pessoas.

Irving Rein em seu livro Marketing de Alta Visibilidade, postula que, para entender o Marketing Pessoal e o processo de estar em evidência, explica porque algumas pessoas ganham fama, atingindo o topo do sucesso, enquanto outras permanecem obscuras mesmo tendo capacidade para realizar um excelente trabalho. Visibilidade é o que todo executivo em início de carreira quer e o que todo profissional incógnito almeja.

O mundo dos negócios, da política ao entretenimento, tem despertado para a importância de se criar e desenvolver uma marca única, de tal forma que essa marca seja uma referência no mercado e possa, com isso, ser a mais lembrada, a mais procurada, a mais bem-remunerada, a mais desejada, a mais querida.

Uma pessoa que possua talento e competência suficiente para exercer a sua atividade, desde que pratique e aperfeiçoe constantemente o seu Marketing Pessoal, pode chegar ao topo, elevando o seu nível de notoriedade

e imagem e ser recompensado por isso. Essa é uma tarefa que exige paciência, disciplina, perseverança, uma elevada auto-estima, determinação e um conjunto de crenças e valores que irão nortear suas atitudes e comportamentos de forma a fazer uso correto das habilidades inatas e das habilidades a serem criadas e aperfeiçoadas.

Para muitos, a busca pela visibilidade não é deliberada, mas accidental ou resultado de algum extraordinário talento. Praticar o Marketing Pessoal no dia-a-dia não deve ser um esforço fingido, mas algo que flui espontaneamente, é o “eu interior” em harmonia com o “eu exterior”.

Na visão de Rein, os mundos dos negócios e das celebridades estão interligados. Canais de informação e entretenimento agora podem transmitir imagens numa velocidade e capacidade nunca antes atingidas ou entendidas, resultando em oportunidades para pretendentes que querem usar seu nome como uma marca ou como uma ferramenta de marketing. Querer cortejar a popularidade e o querer fazer o seu próprio Marketing Pessoal são reflexos das pressões de um mercado saturado e com muitas semelhanças entre si.

O Marketing Tradicional está mudando com a ascensão da internet e de outros meios de ação. Isso tem feito com que advogados, médicos e varejistas alcancem locais de atuação que anteriormente eram muito caros ou simplesmente inacessíveis. Por causa da “desmassificação” da mídia, como descrito por Alvin Toffler, hoje é muito mais fácil ter acesso a uma audiência global. As oportunidades advindas nestas áreas, quando bem aproveitadas, podem fazer a diferença em qualquer mercado competitivo deste século. É preciso que cada um conquiste o seu território, defendendo-o com ética, ousadia e paixão.

Para ser eficaz no marketing pessoal, o conhecimento da dimensão humana e seu aprimoramento pessoal, são fundamentais, porque acima de tudo, o marketing pessoal é um processo de desenvolvimento pessoal e o sucesso é apenas consequência de se procurar sair do primário da vida. Para realizar um Marketing Pessoal gratificante em todos os sentidos da vida, é

necessário saber utilizar, de forma coerente e consistente, as novas tecnologias, a mídia e o marketing como ferramentas estratégicas, valorizando a imagem que se pretende transmitir.

É preciso ter criatividade e uma certa dose de coragem para criar motivos para interagir com as pessoas e aparecer. Cada área de atividade pode permitir uma série de ações planejadas que, na sua essência, criarão uma rede de relacionamentos. É é nessa interatividade que se desenvolve e se constrói o valor para a marca pessoa.

Criar fatos que virem notícias e divulgá-las. Estar sempre presente, visível e acessível e “antenado” com o mundo, com as pessoas, sem esquecer-se de que tudo deve ser feito com moderação e bom-senso, os exageros no mundo da fama cansam muito rapidamente, o ganho está na sinergia e consistência das ações.

Para Leo Burnet, “se você não for percebido, você não está com nada. Você tem que ser percebido. Mas tem que ser percebido naturalmente, sem gritar e sem truques”.

No mundo competitivo em que se vive, é grande a importância de um diferencial na atuação dos profissionais. A trajetória pessoal e profissional sempre foi e continuará sendo, um patrimônio individual a ser administrado com rigor e competência.

O profissional deve construir uma marca pessoal no universo onde atua, sendo essa a sua principal ferramenta para se posicionar diante dos desafios. A inércia, nos dias de hoje, custa muito caro, em termos de carreira profissional e pode afetar inclusive as atividades do seu dia-a-dia.

Sob o prisma de que o sucesso do marketing pessoal está em fazer com que as pessoas escolham outras pessoas para fazerem parte da vida delas, deve-se ter em conta a criação e o desenvolvimento da notoriedade e da imagem no processo de desenvolvimento do ciclo de vida da pessoa marca. Sendo notoriedade, o grau de conhecimento que as pessoas possuem a respeito de outras com detalhe suficiente para identificá-las numa categoria

e/ou coletividade. Imagem é uma apreciação de valor construída através de idéias, convicções e sensações resultantes da comunicação dos atributos do pretendente a criar o seu diferencial e a buscar a sua visibilidade.

O Marketing Pessoal pode ser definido como um conjunto de ações estratégicas, atitudes e comportamentos que conduzem a trajetória pessoal e profissional para um feliz sucesso por meio de qualidades e habilidades inatas ou adquiridas do indivíduo que, aperfeiçoadas, promoverão comportamentos favoráveis à realização dos seus próprios objetivos.

MARKETING PESSOAL, SUCESSO GLOBAL

Rogério Martins

Abordar o tema "*Marketing Pessoal*" após tantos outros autores já tendo escrito sobre ele não é tarefa simples, exige um algo mais e é exatamente este algo mais a grande chave, ou o ponto central de quando tratamos deste assunto.

É importante, antes de aprofundarmos sobre o tema central, entendermos o momento pelo qual passamos, suas transformações e seu legado, para que possamos compreender a importância e aplicabilidade do Marketing Pessoal.

É fato que grande parte de todo este processo de mudanças e velozes transformações pelo qual todos estamos vivenciando, é decorrente de dois fatores principais: a globalização e o desenvolvimento tecnológico. O mundo como o conhecemos hoje faz parte deste processo ou advém dele. Octávio Ianni afirma que a globalização está presente na realidade e no pensamento, desafiando grande número de pessoas em todo o mundo. O desenvolvimento da tecnologia acelerou o processo de globalização e vice-versa, promovendo um ciclo contínuo e irreversível, capaz de alterar culturas, sociedades e o próprio homem.

A partir destes dois fatores, outros vieram compor o cenário atual: busca permanente pela qualidade de produtos, serviços e de vida; maior presença da mulher no mercado de trabalho e em outros segmentos da sociedade, até então predominantemente masculina; segmentação do consumo, para atender novos mercados cada vez mais competitivos e exigentes; trabalho em equipe, como propulsor da revolução do comportamento interno nas organizações, onde faz-se mais com menos gente; conceito e prática da melhoria contínua - aplicada a processos e pessoas; terceirizações, quarteirizações, *downsizing*, preocupação com o meio ambiente e a comunidade etc.

Diante deste cenário e muitas outras transformações ocorridas no meio organizacional e social, surgiu o Marketing Pessoal, como forma de revalorização das capacidades e competências do homem.

O cineasta americano Woody Allen, afirma que oitenta por cento do êxito consiste em aparecer. Mas é óbvio que para passarmos do ridículo ao êxito na arte de aparecer, faz-se necessário uma boa dose de planejamento e estratégia, que são os pilares do Marketing Pessoal, ou seja, como destacar-se em meio a tantos e atingir o sucesso global. Para isto destaque algumas delas a seguir, lembrando que em todo processo de desenvolvimento pessoal é importante preservarmos nossas características, evitando a busca de ser aquilo que não somos.

O primeiro passo é construir uma auto-imagem positiva e otimista. As pessoas esquivam-se daqueles que estão sempre mau humorados ou torcendo para tudo dar errado.

Como nos ensina as sucedidas estratégias do marketing tradicional, todo produto necessita de uma boa embalagem. Portanto, cuide da sua comunicação e apresentação pessoal, pois são o seu cartão de visitas.

Demonstre iniciativa, persistência e motivação em tudo que faz. Certamente isto trará a atenção das pessoas, identificando-o como alguém interessante e interessado.

Fique atento ao Feedback. Saber o que as pessoas pensam a seu respeito pode ajudar a mudar pequenos hábitos e costumes, se necessário.

Muitas vezes pela pressão do dia-a-dia, esquecemo-nos das pessoas consideradas "sem importância", como o porteiro, a faxineira, o guarda, o manobrista, o atendente etc. Porém, imagine o mundo sem o trabalho e a dedicação destas pessoas? Muitas vezes, um simples "bom dia" é o suficiente para tocarmos o coração das pessoas e cativá-las para sempre. Lembre-se: todos são importantes e assim devemos nos sentir!

Outra estratégia interessante para o aprimoramento diário é utilizar a técnica do *benchmark*. Normalmente utilizado pelas empresas, podemos adaptá-la, fazendo o *benchmark* de pessoas que admiramos, ou seja, aprender com elas como desenvolver as características que as tornam tão especiais.

Seja justo e pontual com seus compromissos. Atenda as pessoas rapidamente, se não for possível pessoalmente, escreva, telefone, mas responda as chamadas depressa!

Saiba atender um pedido, auxilie, preste ajuda. Muitas vezes uma ajuda desinteressada pode transformar-se em uma grande amizade ou a conquista da admiração pelas demais pessoas.

Tenha prazer no que faz e faça com prazer, pois se você não fizer por você, quem o fará?

Tente sinceramente não dizer nada negativo ou de julgamento sobre outra pessoa durante todo um dia. Se você conseguir, tente outro dia. A disciplina verbal pode se tornar um hábito e vale a pena.

Venda corretamente sua imagem: *ser competente e parecer competente*.

Com todas estas estratégias em mãos, utilize o bom senso para distinguir aquilo que é possível fazer, aquilo que não irá comprometer sua essência. Sem dúvida, o Marketing Pessoal é uma técnica eficaz para o sucesso global, mas se utilizada de forma correta e bem intencionada, valorizando as pessoas no caminho para o sucesso pessoal e profissional.

Para finalizar, vale refletir sobre o que o jornalista Whit Hoss escreveu: "sucesso é acordar de manhã - não importa quem você seja, onde você esteja, se é velho ou se é jovem - e sair da cama porque existem coisas importantes

que você adora fazer, nas quais você acredita, e em que você é bom. Algo que é maior que você, que você quase não agüenta esperar para fazer hoje."

* **Rogério Martins** é Psicólogo, Consultor para o Desenvolvimento Pessoal e Organizacional e Diretor da Persona Consultoria & Eventos.
persona@personaonline.com.br

O que é Marketing Pessoal?

Nos dois últimos artigos estivemos detalhando sobre as redes de relacionamento, o networking. Este tema faz parte de outro bem mais amplo, trata-se do marketing pessoal. Ingrediente certo e farto nas receitas dos gurus de motivação e auto-ajuda, o problema é que se tem falado e escrito tanta coisa diferente sobre o assunto que há uma grande confusão sobre o que realmente é Marketing Pessoal. Assim como a maioria das pessoas confundem marketing com propaganda, muitos misturam os conceitos de marketing pessoal com divulgação da imagem, ou seja, aparecer.

Primeiro vamos ao marketing empresarial

John Westwood define o marketing como "provisão de bens ou serviços que correspondam às necessidades do cliente, ou seja, o marketing envolve descobrir o que o cliente quer, criar e adaptar um produto que corresponda ao que o cliente deseja e, ao mesmo tempo, fazer com que a empresa produtora tenha lucro". A definição da palavra marketing evoluiu do verbo para o substantivo, mantendo a essência do seu significado de "ação exercida no mercado". Segundo KOTLER "o Marketing é a capacidade de conquistar e preservar clientes e é muito mais que um departamento de vendas [...] é um processo ordenado e criativo de pensar e planejar para os mercados". Estas definições são de cunho organizacional, onde a palavra retrata toda esta amplitude. No uso popular ela é empregada como sinônimo de propaganda, o que é tecnicamente errado. A propaganda é apenas uma das partes do Marketing.

A empresa Você S.A. ou você como produto

Por mais que algumas pessoas possam torcer o nariz todos nós somos "um produto" no mercado de trabalho. Se preferirem o status de empresa todos deveríamos nos considerar uma. Não quero reduzir ou coisificar nada nem ninguém. Mas, se olharmos nossa vida profissional como empresa ou produto e aplicarmos nela os conceitos de marketing empresarial temos uma grande chance de alavancar nossas carreiras. Muito do que é usado pelas empresas como estratégia de Marketing pode ser usado em nossas vidas com a devida adaptação. Ora, somos PESSOAS e não produtos e empresas S.A. Então esta adaptação não será apenas Marketing, mas Marketing de pessoas, ou melhor, Pessoal.

Finalmente o Marketing Pessoal

Marketing pessoal é divulgar sua imagem diante das oportunidades para que outros possam integrá-lo em seus planos. Mas, não é só isso. Esse seria o mesmo erro de definir marketing como propaganda. Um dos melhores conceitos que já li sobre o tema é que "diferente do que comumente se

imagina, marketing pessoal não é divulgar uma melhor imagem de nós mesmos, mas sim nos tornarmos pessoas melhores. Reconhecemos nossas deficiências e investimos fortemente em nossas qualidades". Infelizmente não tenho como dar os créditos da frase por desconhecer seu autor, mas ela traz a real idéia que queremos trabalhar. Se ficarmos apenas no aparecer e/ou vender uma imagem, podemos incorrer no que no chamamos de propaganda enganosa. Ou seja, estamos vendendo nosso conteúdo ou apenas nossa embalagem? Distribuir cartões, montar redes de relacionamentos, participar de eventos diversos é só uma parte do processo. E longe de ser a principal. Ela é secundária. Antes de lançar um produto as empresas precisam desenvolvê-lo e testá-lo e aí sim, lançá-lo. Isto para resumir bastante todo o processo de desenvolvimento.

O marketing pessoal é uma ferramenta de valorização do ser humano em todos os seus atributos e características. Tom Peters, um dos mais respeitados nomes da Administração diz que "uma carreira profissional é um portfólio de projetos que lhe ensinam novas habilidades, lhe conferem novos conhecimentos especializados, aumentam seu rol de colegas e reinventam você, constantemente". Assim como produtos sofrem inovações e evoluções, nós também devemos passar pelo mesmo procedimento. Um dos maiores sucessos mercadológicos no Brasil é o automóvel Gol. Lançado há 23 anos é um dos poucos que resistiu à abertura do mercado. Mantém-se como líder em vendas há 16 anos e superou o número de 4 milhões de unidades comercializadas. Só que do lançamento em 1981 até hoje quanta transformação. E o sucesso de cada ano (o resultado) é a melhor divulgação e/ou propaganda para o produto.

Por tanto, podemos concluir que planejamento e estratégia são os pilares do Marketing Pessoal que deve ser visto como forma de revalorização das capacidade e competências do homem. Pouco vale a competência sem "divulgação" mas, vale ainda menos a divulgação sem competência. Sendo assim, usando a definição de marketing de John Westwood no início deste artigo, temos para marketing pessoal o seguinte: provisão de bens ou serviços (competências) que correspondam às necessidades do cliente (do mercado de trabalho ou do empregador), ou seja, o marketing envolve descobrir o que o cliente quer (o que preciso saber fazer bem e o que pode ser um diferencial na minha profissão), criar e adaptar um produto (adquirir conhecimento e desenvolver habilidades) que corresponda ao que o cliente deseja e, ao mesmo tempo, fazer com que a empresa produtora tenha lucro (e gerar resultados com isso). E aí sim, divulgar seus resultados, agregar valor a sua imagem e criar o poder da sua marca/produto. Em suma, Marketing Pessoal passa por treinamento, atitude, relacionamento, propaganda e, principalmente, desenvolvimento contínuo.

Nas palavras de Tom Peters: É simples. Você é responsável. Não existe um caminho único que leva ao sucesso. E não existe uma maneira certa. Só há uma certeza - **comece hoje**.

Não espere. Faça melhorar!

Eduardo Santos é psicólogo e consultor formado pelo Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora e Pós-Graduado em Consultoria em RH