

MARKETING PESSOAL

¹ Monteiro, Anelice P L

² Soares, Angela P G

³ Jesus, Sebastião M

RESUMO

No mundo competitivo atual, 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 em que 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, podendo afetar, inclusive, as atividades do dia-a-dia.

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 nível de propagação de sua imagem e ao mesmo tempo ser recompensado por isso. Esta é uma tarefa que exige paciência, disciplina, perseverança, determinação, elevada auto-estima e um conjunto de crenças e valores que irão nortear as atitudes comportamentais de forma a fazer o uso correto das habilidades a serem criadas e aperfeiçoadas, formando um conjunto de ações estratégicas, atitudes e procedimentos que conduzam à trajetória pessoal e profissional bem sucedida.

PALAVRAS-CHAVE

Marketing, Pessoal, Imagem, Produto

ABSTRACT

In the current competitive world, it's large the importance of a differentiate in the professionals currency. The personal and Professional trajectory was always and the Will be also, and individual hesitage to be adminsitrate with strict and competence.

The professional should build a personal Mark in his universe, being this his/her main tod to solve his/her challenges. The inertia, nowadays, is very experiensive, in the Professional career, being affected in the daily routine.

Somebody who has enough talento and competence to practice and improve constantly his/her personal marketing, being on the top, highing the propagate level in it's image anda t the same time being rewarded because of this.

This is a task that requires paciency, discipline, determination, high self-esteem and a group of beliefs and values that will follow the behavior attitudes in a way of doing the correct use of abilities to be created and improved, having a group of strategy actions, attitudes and procedures that help you in a personal trajectory, a well succeeded Professional.

KEY WORD

Marketing, Personal, Images, Product

Introdução

Marketing é um processo social pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e trocas de produtos de valor com outros. Desde os início da humanidade o homem busca meios de desenvolver-se a fim de suprir suas necessidades e desejos, passando por inúmeras etapas de desenvolvimento entre gerações. O profissional que deseja ingressar no mercado deve, portanto, buscar meios de agregar conhecimentos e informações, afim de promover o desenvolvimento e gerenciamento pessoal. Este estudo tem por finalidade mostrar a importância do marketing pessoal dentro das organizações, pois, ele pode ser um diferencial na busca de uma vaga de emprego, claro que aliado à competência e outras virtudes.

Para ser eficaz no marketing pessoal, o conhecimento da dimensão humana e seu aprimoramento pessoal são fundamentais, porque o marketing é um processo de desenvolvimento e o sucesso é apenas consequência dessa busca do conhecimento.

Para realizar um Marketing Pessoal 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.

O marketing pessoal não deve ser confundido com propaganda gratuita, pois muitos misturam o conceito com divulgação da imagem, pura e simplesmente.

Portanto, não basta apenas vender nossa imagem. O importante é despertar nos empregadores o desejo da contratação e conseqüentemente nossa integração em seu quadro de pessoal.

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 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, procurada, bem-remunerada, desejada e querida.

Histórico:

No século XIX, o pensamento empresarial era dominado por considerações financeiras e de produção. As empresas se preocupavam em vender e distribuir o que já havia sido produzido. Ninguém se preocupava em atender aos desejos e anseios particulares do mercado, pois naquela época o padrão de vida estava estagnado em níveis muito baixos e o Marketing chegava a ser considerado como uma atividade isolada. Com a Revolução Industrial e o desenvolvimento dela decorrente, o Marketing começa a adquirir grandes dimensões. Inicia-se a produção em massa, os negócios são ampliados, iniciando o surgimento de grandes estabelecimentos comerciais, ocorrendo assim um processo acelerado de urbanização, onde as pessoas se tornaram bem informadas, exigentes e com um poder maior de escolha das marcas e fornecedores

Durante a 2ª Guerra Mundial nada foi lido em relação ao Marketing, entretanto, o período pós-guerra contribuiu pelo ir to das estratégias de guerra terem ampla aplicação no campo mercadológico. Ocorreu uma queda dos padrões de consumo e perda do poder aquisitivo da população, as propagandas passaram a fazer uso dos apelos psicológicos e as práticas mercadológicas tornaram-se mais fortes.

A partir de 1950 até os dias atuais constata-se o uso de forma racional das técnicas de venda pessoal, propaganda, promoção de vendas e pesquisa de mercado. Desta forma, o Marketing começa a ser utilizado como um poderoso diferencial entre empresas que buscam o sucesso na satisfação dos seus clientes.

No início do século XX verificou-se uma compreensão mais perfeita e profunda do que realmente interessava ao mercado, necessitando conhecer melhor os anseios, interesses e necessidades concretas dos consumidores para produzir aquilo que realmente eles desejassem. Diante desse fato, as empresas criaram departamentos de propaganda, pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e de mercado, ocorrendo uma maior produção e ampliação dos negócios.

Marketing Pessoal

Segundo Persona (2008), “Marketing pessoal é um conjunto de ações que buscam entender o mercado onde o profissional atua, detectar necessidades e possibilidades e criar um posicionamento que estimule esse mercado a escolher como a melhor opção”. Em sua essência, o marketing pessoal ou profissional não difere muito do marketing convencional.

Antes de uma empresa lançar um produto, ela busca entender o seu mercado, e o profissional faz o mesmo. Como um produto sofre transformações, os indivíduos também evoluem e devem agregar valores à sua imagem para que o mercado reconheça um profissional com um diferencial a mais. Como exemplo temos o Gol, um dos veículos produzidos pela Volkswagen e lançado no mercado há 23 anos, o mesmo permanece líder em vendas até hoje. Esse sucesso se dá pela constante transformação e divulgação dos seus itens que o coloca na lista dos mais vendidos.

Ainda para Persona (2008):

O produto é você! O profissional que queima o filme no ambiente onde atua, fica difícil se lançar novamente. Uma vez estabelecida a marca de incompetência, não há como lançar uma nova fórmula.

Um bom profissional está antenado com as mudanças do mercado, está sempre se adiantando aos novos desafios e sabe vender bem a sua imagem. É importante entender que não se fala apenas da imagem externa, mas de todo um conjunto. Não basta apresentar uma imagem, é preciso ser a apresentação dessa imagem.

Por isso, ninguém consegue incluir sua estratégia de marketing pessoal da noite para o dia, nem obtém resultados imediatos. É preciso plantar, regar, cultivar o que vai ser no futuro para o mercado. Acredita-se que o marketing pessoal seja uma das áreas mais importantes na vida de um profissional, pois quando ele é capaz de pensar sua carreira como quem planeja o ciclo de vida de um produto, verá o quanto precisa se aprimorar, não só uma vez, mas continuamente. Produtos são planejados, fabricados, testados, comercializados e muitas vezes recolhidos do mercado para correções, aperfeiçoamentos ou lançamento de novas versões mais sofisticadas. É dessa forma que deve ser um profissional.

Assim como todas as áreas da empresa precisam de atenção especial por parte dos administradores, o marketing é um recurso muito importante para causar uma boa impressão ao cliente.

“O marketing é um conjunto de ferramentas que faz com que os produtos sejam conhecidos, apreciados e comprados”. Gehringer (2008).

Conforme Ramalho em seu livro:

Você é a sua melhor marca (Editora Elsevier 3ª Edição 2008, Rio de Janeiro), Marketing pessoal não é uma forma de manipular ou de enganar os outros. É apenas uma maneira de mostrar quem você é, o que você sabe, e o que você pode, de modo que a vida não passe em branco e os ideais não se percam na massa anônima daqueles que não sabem se expressar ou se “anunciar” ao mundo. Ao nascer, o ser humano chora a plenos pulmões publicando a sua chegada. Depois disso cabe a cada um encontrar maneiras criativas e éticas para continuar anunciando a sua marca pessoal. Depois disso cabe a cada um encontrar maneiras criativas e éticas para continuar anunciando a sua marca pessoal.

Autoconhecimento e metas

Pesquisas mostram que menos de 3% da população tem metas específicas, pessoais ou profissionais, mas somente 1% da população coloca sua meta no papel. Algumas perguntas são importantes nessa tarefa do conhecimento como, por exemplo: Quais são suas metas?; Você sabe visualizar o que quer?; Suas metas são coerentes com seus valores?; Como é a sua visão de mundo?; Qual o sentido de sua vida?; Você tem um diferencial?;

O autoconhecimento é um dos principais requisitos de um profissional de sucesso, essas pessoas têm o seu objetivo claramente definido, pensam ou agem de forma organizada e são geralmente muito determinadas. Ter metas pré-definidas ajudam a melhorar o marketing pessoal. Uma pessoa mal resolvida, que não organiza seu próprio tempo, pode causar uma má impressão a seus colegas e principalmente a seu superior. Algumas empresas dão grande valor a pequenos detalhes, alguns até imperceptíveis, mas muito importantes para a divulgação da política e dos valores estabelecidos pela instituição. Conhecer a si próprio não é apenas olhar-se no espelho e

decodificar a imagem refletida, e sim saber os ideais e valores que se deseja ou que se pretende alcançar.

Nos exames de seleção, algumas empresas aplicam testes de autoconhecimento, assim elas conhecem um pouco do indivíduo e avaliam por este a capacidade intelectual dos pretendentes à vaga.

Melhorando a embalagem

Quando se encontra a resposta para essas perguntas é hora de partir para a parte mais consistente do marketing pessoal: Aquisição de conteúdo. O ser humano possui uma capacidade para reter conhecimento, embora algumas vezes não se dê conta disso. Deve-se sempre melhorar o produto. A embalagem é algo de grande importância, pois ela é o cartão de visitas. Algumas mudanças externas ajudam a agregar valor ao produto.

Várias medidas podem ser tomadas para melhorar a aparência, ou, até mesmo, mostrar o conteúdo no interior. Claro que ninguém é igual a ninguém e apesar da mídia propor padrão de profissionais a ser seguido, cada um desenvolve um padrão de acordo com suas próprias características. O cuidado com o visual precisa ser analisado minuciosamente. Assim, o traje correto e oportuno a cada momento, a combinação estética de peças, cores e estilo, bem como os cuidados físicos fundamentais (o corte do cabelo, a higiene, a saúde dentária, etc) são importantes para uma composição harmônica e atrativa da imagem. Para se lançar ao mercado como produto, não coisificando as pessoas, é importante saber que o homem é fruto do meio em que vive, devendo, então, conhecer o mercado com suas próprias aptidões, para que assim, possa se estabelecer o preço que lhe é devido. Portanto, o Marketing está relacionado como departamento de vendas, promoções e propaganda. Algumas dicas para melhorar o marketing: Cuidar da saúde; Roupas e sapatos adequados; Atenção aos detalhes; Ser organizado; O corpo fala; Como as pessoas te vêem?

Hoje se fala muito que o importante é o conteúdo, que não se deve dar tanta importância à imagem. Belas palavras, mas na prática não é bem assim. Antes de ver o conteúdo, a primeira coisa que vemos é a forma, o que está na parte externa desse conteúdo.

Buscando crescimento pessoal

Trabalhar a imagem não é apenas lapidar os aspectos externos, mas os internos também, ou seja: a forma e o conteúdo. Quem trabalha só a forma, esquecendo-se do conteúdo, está esculpindo uma máscara que cedo ou tarde cairá.

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 tarefa exige paciência, disciplina, perseverança, auto-estima, determinação, crenças e valores que norteiam as atitudes comportamentais para que faça o uso correto das habilidades criadas e aperfeiçoadas.

A leitura freqüente de revistas, jornais, bons livros, reportagens e outros também é de suma importância no aperfeiçoamento do marketing pessoal, ser autodidata, claro que cursos de reciclagem e especializações são essenciais na busca de conhecimento e informações diárias. O talento e a determinação podem fazer a diferença e melhorar a marca.

Networking

Networking é a expressão em inglês usada para definir uma rede de relacionamentos. Pessoas que criam vínculos que permitam fazer o boca-a-boca, a divulgação imediata daquilo que somos e fazemos. Não se trata de uma rede de amigos, mas muitos na rede podem ser amigos. Também não é uma rede de afins, embora muitos possam ter coisas em comum.

O networking é um conjunto de técnicas, cujo objetivo é estimular um comportamento natural de solidariedade e de ajuda recíproca em todos aqueles que tomam consciência de que estamos em interdependência na rede de relacionamentos humanos.

Um verdadeiro networking é uma via de mão dupla. Um ajuda o outro, mesmo não sendo por uma condição imposta. A melhor maneira de se iniciar um networking é começando a descobrir necessidades e necessitados e tentar ajudá-los.

A disposição em ajudar os outros; não é pensar que é receber e pronto. No mesmo patamar de importância está o comportamento ético, porque é a confiança depositada nos membros da rede que vai possibilitar sua navegação. Quem não tem boa reputação não é indicado nem recebe ajuda. O altruísmo é o valor que move a humanidade na direção do bem.

É o desejo de ajudar, de ser solidário com o outro antes mesmo de imaginar que essa atitude possa gerar algum benefício próprio no presente ou no futuro.

Um bom networking depende muito mais de uma postura de "estou à sua disposição" do que de alguma técnica planejada. É algo tão simples como sempre foram as comunicações humanas que transmitiram de pessoa a pessoa, idéias ou conceitos que eram favoráveis a todos os que participavam de uma determinada rede de relacionamentos.

O marketing pessoal vem fortalecendo o crescimento pessoal e profissional, assim como as redes de relacionamento e o status profissional, podendo favorecer a conquista e a consolidação de espaços no mundo do trabalho competitivo quando é usado como um instrumento para apresentar competências e habilidades.

Outro aspecto importante é manter sua rede de relacionamentos sempre ativa, ou seja, o seu networking. Fazer novos contatos sem se esquecer dos velhos, também pode ajudar a quem procura ascensão no mercado. Inovar, sair da rotina, participar de associações, eventos, viajar, praticar atividades físicas são atitudes simples, mas com grande efeito para alargar os horizontes.

Agir com simplicidade mantendo a cordialidade, com as pessoas que estão à sua volta também é algo que transmite uma boa impressão e traduz os valores e crenças do indivíduo observado.

Outros fatores que devem ser analisados na prática do marketing pessoal, para o caminho do sucesso são: A qualidade do posicionamento emocional para com os outros; A comunicação interpessoal; A montagem de uma rede relacionamentos; O correto posicionamento da imagem; A prática de ações de apoio ajuda e incentivo para com os demais

Criatividade: Uma necessidade em prol do Marketing pessoal

A criatividade é a ferramenta mais adequada para se encontrar a maneira de fazer mais com menos, de reduzir custos, de simplificar processos e sistemas, de aumentar lucratividade, de encontrar novos usos para produtos, de encontrar novos segmentos de mercado, de diferenciar o currículo, de desenvolver novos produtos e muito mais.

Segundo Disney (2008) “Criatividade é como ginástica: quanto mais se exercita, mais forte fica”.

Criatividade é uma das chaves do Sucesso do Marketing Pessoal. A criatividade pode ser o multiplicador do seu resultado. Se fazendo melhor e mais do que os outros você espera ter o dobro do resultado deles, ao aplicar a criatividade, pode ser que você tenha um resultado 10 ou até 100 vezes melhor que o deles.

Todo ser humano tem um potencial de criatividade, todavia, alguns obstáculos impedem que as pessoas descubram seu próprio potencial, por vários motivos, tais como: Dificuldades em perceber a criatividade nos atos simples da vida, por acreditar que a criatividade é algo próprio de pintores, cantores e demais artistas; A maioria recebeu instrução através de um processo educacional fragmentado que não valoriza o aspecto pessoal e nem as experiências de cada pessoa; Tendência a rejeitar o novo; Punição pelo erro, ao invés de aprender com eles; Dificuldades de se livrar das idéias velhas.

Considerações finais

O marketing pessoal, por sua vez, surge como uma ferramenta para alcançar o sucesso profissional sem se descuidar dos detalhes. Em qualquer local de trabalho há pessoas que se destacam, alcançam postos importantes nas empresas e a carreira é pontilhada pelo sucesso. Elas fazem marketing pessoal, considerado um fator altamente positivo para o profissional e sua carreira. Cuidar bem da imagem é garantir e ampliar as oportunidades de crescimento profissional, uma vez que é fundamental ter uma imagem de pessoa de valor, inteligente, simpática, ética e cooperativa.

O Marketing Pessoal valoriza o ser humano em todos os seus atributos e características. Visa possibilitar a utilização plena das capacidades e potencialidades humanas na área profissional e na vida pessoal. A cada dia o tema ganha mais importância.

Sua capacidade de auxiliar a inserção de profissionais no mercado é efetivamente, uma vantagem competitiva que deve ser buscada numa economia em que, o verdadeiro diferencial competitivo das organizações é a natureza, a qualidade e a capacidade dos homens e mulheres que as fazem.

Segundo Mello (2008), “o Marketing Pessoal é composto de cinco ferramentas básicas que, quando utilizadas em conjunto, apresentam um resultado de ampla dimensão”. Na visão do autor, “não existe beleza, nem charme, nem posição financeira privilegiada que possa suprir a falta de um bom Marketing Pessoal”. Dessa forma, os cinco pilares que sustentam e promovem o marketing pessoal são:

- **Embalagem do produto (O produto é você):** sugere uma boa aparência, ou seja, uma embalagem adequada de um produto, ou serviço, pode comprometer a confiança de uma clientela, não deixando dúvidas quanto à competência profissional;
- **Higiene pessoal:** não só a aparência externa importa, mas o cuidado com a higiene pessoal, ou seja, o hálito, o cheiro, o cabelo etc;

- **Conteúdo:** competência, caráter, honestidade, fidelidade, enfim, os valores que cada um tem dentro de si mesmo;
- **Postura física:** ter uma postura que dê indícios de um bom atendimento, pois o comportamento de quem representa a imagem de uma instituição poderá comprometer sua credibilidade;
- **Comunicação:** a comunicação pode ser a ferramenta responsável pela diferença entre o fracasso ou seu sucesso no marketing pessoal;

¹Referência Bibliográficas:

Internet, Sites:

WWW.mulherdeclasse.com.br/marketing_pessoal.html.(acessado em 01/10/2008 às 17:03 hs)

WWW.mariopersona.com.br/marketingpessoal.html.(acessado em 01/10/2008 às 17:09hs)

<http://br.geocities.com/mbroti/criatividade4.htm> (acessado em 04/10/2008 às 12:19hs, para o assunto criatividade)

<http://emporiadosucesso.com.br/criatividade-a-chave-do-sucesso-e-marketing-pessoal/>(acessado em 04/10/2008 às 12:20 hs)

<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/biblio/article/viewFile/1501/1162> (acessado em 04/10/2008 às 12:23 hs).

<http://pt.shvoong.com/social-sciences/1680693-evolu%C3%A7%C3%A3o-historico-marketing> (acessado em 04/10/2008 às 12:01, sobre o histórico do marketing)

Livro: Você é a sua melhor marca, autor: Jussier Ramalho, (Editora Elsevier 3ª Edição 2008, Rio de Janeiro).

http://marketing_pessoal_profissional.com.via6.com

procurar por Luis personal trainer

¹ Monteiro, Anelice P L

² Soares, Angela P G

³ Jesus, Sebastião M