



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Vivemos num mundo no qual a interação com as outras pessoas é fundamental. Quanto mais bem-sucedida for essa interação, maiores são nossas chances de ascender profissionalmente e de conquistar nossos sonhos e metas. E essa interação passa pela percepção que os outros tem de nós. VOCÊ É SEU PRÓPRIO OUTDOOR. Ou não.

Um antigo ditado nos diz que "quem não é visto não é lembrado". O certo seria dizer que nem todos que são vistos são lembrados. Se não causar uma impressão favorável, forte e duradoura, mesmo sendo visto, dificilmente você será lembrado.

Causar essa boa impressão não é obra do acaso. Há todo um trabalho que deve ser feito para que sua imagem reflita o seu potencial e a sua capacidade. E esse trabalho é o Marketing Pessoal. Trata-se de uma ferramenta poderosa, especialmente para vendas. E estamos sempre vendendo alguma coisa: vendemos produtos, vendemos serviços, vendemos, vendemos a ideia de que somos a pessoa certa para determinada função, que merecemos ser promovidos, que podemos dar conta do recado, que nossos negócios merecem a confiança do público, que somos dignos de crédito, que vale a pena investir em nós e por aí afora.

O problema é que existem milhões de pessoas fazendo a mesma coisa exatamente a mesma coisa. Para se destacar em meio a multidão é preciso explorar aquilo que torna você único, diferente. Eis aqui um bom ponto de partida.

Você sabe qual é seu diferencial? Seu trabalho pode ser igual ou similar ao de milhares de outros profissionais. Contudo, o seu jeito de realiza-lo é só seu. Cabe a você anunciar isso e criar sua "MARCA REGISTRADA", aquilo que faz com que, em meio a uma concorrência extremamente competitiva e acirrada, os seus serviços sejam lembrados e solicitados não só por clientes fiéis, mas também por outros aos quais você foi recomendado. Essa é uma das características do bom marketing pessoal, o efeito cascata. Se o marketing for bem feito, não existe desperdício.

Uma única pessoa que fique bem impressionada com você irá indicá-lo a várias outras – mesmo que ela própria não use seus serviços. Por isso, não caia na ilusão de pensar que não vale a pena investir em fulano ou beltrano "porque eles não vão comprar nada mesmo". Podem não comprar, mas, se gostarem, com certeza vão indicar. Essa rede de "boca a boca" possui inestimável, cujo retorno se traduz em reconhecimento, credibilidade e na contínua expansão da clientela – ou seja, o objetivo principal de todos que tem alguma coisa para vender.



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Marketing pessoal e comunicação estão intimamente ligados. Evidentemente, a forma como você se expressa diz muito a seu respeito. Porém, é um erro pensar que o marketing pessoal se resume a falar bem de si mesmo,

enfatizar suas qualidades e desfiar uma série de vantagens. Na verdade, quem faz isso corre o risco de parecer chato, pretensioso ou as duas coisas ao mesmo tempo. O segredo é criar empatia, aquele elemento sutil que faz

com que alguém se sinta confortável na sua presença e se torne receptivo à sua mensagem.

Criar empatia envolve uma série de fatores, como a capacidade de ouvir e de prestar atenção no outro, de perceber seus gostos, interesses e necessidades, de se sentir motivado e de saber motivar, de transmitir segurança e

confiabilidade – apenas para citar alguns. E é verdade.

Quando você fala com um cliente, ele não se limita a analisar racionalmente o que você diz. As sensações também contam, e muito. O cliente incluirá no seu cômputo final não só o que ele achou, mas também o que sentiu.

Quanto mais o cliente receber um tratamento que lhe pareça pessoal e diferenciado, mais ele se sentirá especial, mais ele sentirá que você é especial. Porém, há outras coisas que são exclusivas daquele cliente: suas

necessidades, seu gosto pessoal, determinadas situações que podem estar interferindo em sua decisão de compra. É nesse aspecto que cada cliente é único. Cabe a você usar seu feeling para detectar isso e valer-se de sua

criatividade para contornar a situação, dando ao cliente a sensação de que você não está empurrando uma venda, mas solucionando um problema para ele

Agora vem a pergunta: isso se aprende ou é um talento inato? Minha própria experiência me diz que sim, com certeza podemos aprender. Meu aprendizado não foi na escola, mas na vida. Foi buscando formas de superar

obstáculos e de realizar meus sonhos, mesmo quando não contava com nenhum recurso, é que descobri que o MARKETING PESSOAL ABRE TODAS AS PORTAS.

Essa é a essência do marketing pessoal eficaz.