



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Você já parou para pensar qual a imagem que seus clientes, colegas de trabalho e amigos tem de você? Pensou também qual o peso que sua imagem pessoal tem nos seus negócios, na sua receita, na prospecção de mais clientes? Ainda não? Então acorde, pode ser que não esteja sabendo usar de uma forma produtiva e profissional seu Marketing Pessoal.

Saiba então, que ascensão pessoal e profissional sempre foi e continuará sendo um patrimônio individual a ser administrado com rigor e competência. Tanto nos negócios quanto na política ou entretenimento, têm-se observado o

despertar para a importância de se criar e desenvolver uma marca única que constitua uma referência no mercado e seja a mais lembrada, a mais desejada e a mais bem-remunerada.

Como usar as ferramentas do marketing tradicional usado em produtos e serviços para melhorar sua imagem profissional e pessoal? Fazemos então uma análise dos elementos do marketing aplicado na imagem pessoal.

PRODUTO (VOCÊ) - Neste caso VOCÊ é o próprio produto e precisa vender sua imagem 24 horas por dia de forma positiva ao seu público-alvo.

No mercado só há produtos por que há necessidades. Em outras palavras, somente há uma possibilidade de um produto (VOCÊ) ser posto a consumo: a de VOCÊ ser considerado necessário, ou seja, a existência de uma

demanda. Se esta não for constatada, nenhum produto/serviço será consumido. Vista sob este ângulo, a demanda se transforma em lei, mais forte do que a lei comum. Não há possibilidade de se transgredir uma lei de mercado e

ainda se obter êxito nos negócios ou na gestão de si mesmo. Por conseguinte, essa é sem dúvida a primeira questão a ser considerada na definição de um produto e no processo de construção do seu Marketing Pessoal.

Por trás de todo produto existe uma simbologia que o identifica na cabeça do consumidor. Composto de representações visuais, como logotipos, idéias, conceitos, layout, a esse ideário é que se atribui o conceito de imagem -

VOCÊ. Esta, por sua vez, deve a ser construída através de detalhes que, postos no conjunto, formarão a sua identidade e o significado e a importância que terá diante do consumidor.

MARCA - Ao procurar um produto, as pessoas tendem a associar a marca a alguns pontos, tais como qualidade e credibilidade. No Marketing Pessoal, há a necessidade de associar sua imagem como pessoa a fatores que

transmitam ao seu alvo características marcantes, como traços de personalidade, prestígio, valores e cultura. Comece se perguntando qual a imagem que as pessoas têm de você? Qual a imagem que você quer transmitir? De

modernidade, dinamismo, intelectualidade? Enfim, defina o que você quer e em seguida comece a trabalhar algumas características comportamentais para a construção dessa imagem.



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Marcas (VOCÊ) bem administradas conseguem entrar nas mentes e nos corações dos consumidores, pois inspiram lealdade, afeto e reconhecimento. A marca é um elemento presente na gestão de um negócio, produto ou

peessoa e seu poder de comunicação revolucionou as relações comerciais tradicionais no mundo moderno. A marca assume o significado de uma promessa, um compromisso, pois gera expectativas e desejos.

Hoje, para se manter no mercado, a tarefa mais importante do profissional consiste em ser o diretor de marketing de uma marca chamada "VOCÊ MESMO".

EMBALAGEM - A embalagem pode ser definida como o envoltório de apresentação de um produto. O modo como você se apresenta, anda e se veste representa a sua embalagem. Antes de se lançar no mercado, faça uma

avaliação de si mesmo, do cabelo ao sapato, e se pergunte se você se compraria pela embalagem que apresenta. Em se tratando de projeção de imagem no mercado, o melhor é buscar informação, seja junto a especialistas ou

mediante leitura sobre o assunto. Prevalece o velho ditado: "O mundo trata melhor quem se veste bem". Isso não quer dizer necessariamente ter que andar sempre em estilo "mauricinho" ou "patricinha", como dizem por ai, mas

sim estar adequado ao ambiente e à situação.

CONTEÚDO - Em marketing, qualidade é algo incontestável. É verdade que uma boa apresentação (embalagem) conta muito, mas não é o suficiente. A qualidade de um produto não deve ser avaliada somente por uma

embalagem bonita e moderna. O profissional que deseja projeção no mercado deve ter consciência de seus limites, assim como uma base de conhecimentos, habilidades e competências, o que exige investimentos em formação,

cursos e treinamentos continuamente. A competência pode ser definida como um conjunto de conhecimentos, habilidades, atitudes, que, quando integrados e utilizados estrategicamente, permite atingir os resultados que almeja.

GARANTIAS - A garantia é usada como forma de gerar maior credibilidade na comercialização de produtos/ serviços. Quais garantias as pessoas terão ao contratar seus serviços? Qual o grau de credibilidade que você transmite

às pessoas? Suas competências, habilidades e conhecimentos (conteúdo) geram credibilidade à sua marca pessoal?



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

PREÇO (quanto você vale?) - Este item está relacionado com o nível de empregabilidade que você tem, ou seja, o quanto você é empregável, quais são suas qualidades e competências. Quanto vale seu trabalho. Você é do tipo

que apresenta novas idéias no trabalho ou faz somente as tarefas que são atribuídas ao cargo ou função em que ocupa? Para determinar o quanto você vale, procure levar em consideração suas ações, atitudes, idéias, os

concorrentes, enfim, observe o ambiente em que atua.

DISTRIBUIÇÃO (sua disponibilidade?) - Como alguém pode encontrar você? Você é uma pessoa acessível? Que meios você utiliza pra fazer com que seja encontrado e que sua imagem e suas idéias cheguem em tempo hábil ao

seu público-alvo? De nada adianta ser um excelente profissional, porém, distante das pessoas e do mercado.

PROMOÇÃO (a divulgação) - É o conjunto de ações que um indivíduo desenvolve para incentivar as pessoas e o mercado ao processo de escolha. É a forma de se fazer visto e lembrado, ou seja, tornar-se visível. É nesse ponto

que deve se dar o trabalho de divulgação de suas idéias. Aqui entra o marketing digital online, o uso das mídias sociais voltadas para seu negócio, para fortalecer sua marca pessoal. No entanto, há de se ter certo cuidado com o

excesso de visibilidade, pode ser prejudicial.

A perceptividade do produto "VOCÊ" pelos outros é uma das dimensões da gestão da marca pessoal. É necessário que se evidencie aos outros as mais relevantes características e particularidades sobre você, pois, como já

disse, é inútil ter qualidades e qualificações se elas não forem percebidas adequadamente. Aqui surge a necessidade de se determinar estratégias de comunicação com o seu público-alvo. Há pessoas que são extremamente

competentes, mas não conseguem subir na carreira porque não falam de si, de seus projetos, de suas idéias, de seus planos e, portanto, de sua competência. Se uma comunicação eficiente não ocorrer, você não conseguirá ser

valorizado.

ANTES DE COMPRAR SEU PRODUTO OU SERVIÇO, PRECISO PRIMEIRO "COMPRAR" VOCÊ. CUIDE DE SEU MARKETING PESSOAL!