



# AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Você que me prestigia com sua leitura, já deve ter reparado que sempre volto ao tema MARCA PESSOAL. Apesar de ser um assunto de fácil assimilação, vejo empreendedores agirem de forma completamente desfocada e desligada, como se bastasse vender ou prestar determinado produto ou serviço para que fidelize o cliente e estabeleça seu nome no mercado. No mundo empresarial globalizado de hoje, com os clientes cada vez mais antenados e ligados online, sua imagem e seu nome também estão expostos online, de forma positiva ou negativa. Que tal dar mais atenção para sua MARCA PESSOAL?

Entenda que VOCÊ, enquanto uma MARCA PESSOAL - faz outra coisa que é vital para sua empresa ou seu negócio: SUA MARCA MELHORA A QUALIDADE DOS SEUS CLIENTES aumentando sua receita. Isso só depende de como você constrói sua marca.

Digamos que você é um ASSESSOR DE EVENTOS que se especializa em eventos sociais e mais especificamente, em casamento e 15 anos. Se a sua única maneira de conquistar novos clientes é um anúncio nas páginas amarelas, alguns anúncios em assentos de ônibus (ou Bus Door), além de algumas vistas não anunciadas ou um telemarketing invasivo, que tipo de cliente você acabará ATRAINDO? Clientes cujos gastos são baseados principalmente nos CUSTOS. Você conseguirá clientes que estão à procura do SERVIÇO MAIS BARATO que puderem encontrar, mas que também DESEJAM QUALIDADE (lembre-se que qualidade tem um preço). Assim, você acabará com um monte de clientes exigentes que tomam o SEU TEMPO (sua maior riqueza) e que lhe dão uma RENDA

MÍNIMA... e alguns deles ainda RECLAMARÃO dos seus preços.

Quando você tem uma MARCA PESSOAL que o coloca na posição de ESPECIALISTA (já falei sobre esse assunto em artigo anterior) e que comunica QUEM VOCÊ É e que VALORES REPRESENTA, o tipo de cliente atraído será diferente. Se os seus materiais promocionais (panfletos, anúncios, placas, cartão de visita, artigos nas mídias sociais e assim por diante) são elegantes, sofisticados, técnicos, informativos e focados no seu mercado-alvo, você afastará algumas daquelas pessoas centradas nos preços

automaticamente. Em vez delas, você terá mais possibilidades de receber chamadas de clientes que pensam: "NÓS SOMOS PARECIDOS; ELE ESTÁ NA ELITE DA SUA PROFISSÃO OU ATIVIDADE. EU GOSTARIA DE TRABALHAR COM ELE."

Essas pessoas não enxergarão o seu trabalho como uma CONVENIÊNCIA, e sim como um valioso SERVIÇO ESPECIALIZADO. Elas PAGARÃO mais pelo que você tem a oferecer e, por isso, você poderá se afastar de muitos dos serviços mais baratos. A marca (VOCÊ, SEU NOME) certa leva a menos (e mais lucrativos) clientes, menos horas de trabalho, mais dinheiro por hora, e um negócio menos estressante e mais agradável. Quem seria louco o suficiente para não desejar algo assim?

A partir do momento que VOCÊ CRIA UMA MARCA PESSOAL, e lança a mesma no mercado, não há como voltar atrás. Soa impiedoso, não é? Bem, os negócios podem mesmo ser impiedosos. O fato é que, a partir do momento em que você estabelece e lança a sua marca, você está COMPROMISSADO, para o bem ou para o mal. Tudo o que você faz na sua vida profissional – e mesmo algumas das coisas que você faz publicamente na sua vida pessoal – afeta a sua MARCA PESSOAL. Por isso você tem que ter muito cuidado com o que fala, escreve, posta nas mídias e até mesmo seu comportamento no meio corporativo e pessoal afeta sua MARCA PESSOAL e, por conseguinte, seu negócio.

Uma MARCA PESSOAL sobrevive num delicado equilíbrio entre a PROMESSA que você faz ao seu mercado e as suas AÇÕES DIÁRIAS. A partir do momento em que você estabelece sua marca, tudo o que você faz CONFIRMA ou QUEBRA a sua promessa.

Se a sua marca compromete-se a oferecer uma incrível experiência de ATENDIMENTO (olha o assunto atendimento novamente) e QUALIDADE NO SERVIÇO QUE PRESTA ao cliente, você tem que proporcionar essa experiência pelo menos 90% das vezes. Toda vez que você falhar, SUA MARCA É LIGEIRAMENTE DANIFICADA. Se houver fracassos o suficiente – muitas incoerências em relação à sua promessa – você arruinará sua marca. As pessoas começarão a pensar que a sua promessa é uma mentira e que você é um impostor. AÍ VOCÊ NAUFRAGA.

É por isso que, a partir do momento que você cria a sua MARCA PESSOAL, tudo o que você faz está relacionado a ela.

SUA MARCA PESSOAL É UMA PROMESSA E UM COMPROMISSO. CUIDE DELA!