



# AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

[augusto@augustolima.com.br](mailto:augusto@augustolima.com.br)

(91)9982-8013

[www.augustolima.com.br](http://www.augustolima.com.br)

---

Pare tudo o que está fazendo agora e me responda: VOCÊ CONHECE VOCÊ? Quem é o "VOCÊ" que seus clientes tem em mente? Qual a imagem (MARCA) que as pessoas fazem de você enquanto profissional ou prestador de serviços?

Saiba que o desenvolvimento de uma MARCA PESSOAL tem tudo a ver com a PERCEPÇÃO – com a maneira como os outros (clientes, amigos e familiares) percebem você. Pergunte a si mesmo: quem é o "VOCÊ" que as pessoas conhecem?

É claro, as pessoas que já são seus clientes ou colaboradores o conhecem como pessoa, mas e a maioria que nunca trabalhou com você? Elas conhecem você, ou uma PERCEPÇÃO DE VOCÊ construída a partir de anúncios nas mídias sociais (aqui mora o perigo, para você, óbvio), do seu nome num cartaz, de um ou outro anúncio no jornal, e talvez do boca a boca (outra grande armadilha para desconstruir um nome ou uma marca – VOCÊ)? É um assunto interessante para você refletir, não é mesmo?

O "VOCÊ" que trabalha no escritório todo dia ou prestando um serviço não é o mesmo "VOCÊ" do qual as outras pessoas têm consciência antes de terem um relacionamento CARA A CARA (ou FACE TO FACE, entenderam?) com você. Este "VOCÊ" é uma percepção criada a partir de centenas de partes aleatoriamente encaixadas sobre as quais você tem muito pouco controle. Elas simplesmente surgiram durante sua vida. E o que fazer agora? Crie uma MARCA PESSOAL forte.

Ao criar essa MARCA PESSOAL (tomando cuidado com o que posta nas mídias, tendo uma boa imagem pessoal, criando conteúdos voltados para seu público-alvo), você toma controle da maneira como as outras pessoas o veem antes de entrarem em contato direto com você.

Acredite ou não, você já tem uma MARCA PESSOAL. As pessoas já têm uma percepção sua, mesmo que seja "um trabalhador qualquer" ou "aquele assessor de eventos". Essa é uma marca que você construiu acidentalmente sem nem perceber. Mas você pode começar a tomar controle consciente desse processo e da sua imagem pública.

Atente aos argumentos abaixo e, quando resolver dar atenção aos mesmos, você abrirá as portas para ganhar mais dinheiro e construir o estilo de vida que você deseja:

FAÇA COM QUE AS PESSOAS PERCEBAM QUE VOCÊ É DIFERENTE: Especialize-se – a percepção de que você é especialista numa área profissional (ou nicho de mercado) que tem valor para o seu público – é a parte mais importante de uma marca pessoal de sucesso.

MOSTRE ÀS PESSOAS QUE VOCÊ É "COMO ELAS": Todos nós queremos trabalhar com pessoas de quem gostamos, pessoas que nos entendem, que acreditamos compartilhar dos nossos valores, e que são verdadeiras e autênticas. Sua marca ajuda as pessoas a se relacionarem com você num nível pessoal.

TRAGA CLIENTES EM POTENCIAL ATÉ VOCÊ. Vivemos numa sociedade que é saturada por promoção e marketing, e nós ressentimos esse fato. Então como trazer as pessoas ao seu escritório para que você possa usar seu charme e traquejo comercial para transformá-las em clientes? Sua marca pessoal proporciona o nível de conforto necessário para que elas possam vir até você.

Entenda que, quando você se compromete a criar uma MARCA PESSOAL, você está realmente comprometido. Por isso é tão fundamental que sua marca reflita quem VOCÊ REALMENTE É – as coisas com que você se preocupa, as coisas de que você gosta, e como você vive. Se você NÃO FOR autêntico, não conseguirá levar sua marca adiante a longo prazo.



# AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

[augusto@augustolima.com.br](mailto:augusto@augustolima.com.br)

(91)9982-8013

[www.augustolima.com.br](http://www.augustolima.com.br)

---

É por isso que nenhum folder ou kit de informação do mundo – não importa o quanto ele diz sobre sua formação, certificação e experiência – trará clientes até a sua porta tão efetivamente quanto sua marca pessoal que cria um nível de conforto e familiaridade para seu futuro cliente.

Se sua marca é FRACA ou INCONSISTENTE ou CONTRADITÓRIA, você não fechará o negócio; você não conseguirá a promoção; você não conseguirá o emprego. Por quê? Porque as pessoas gostam de evitar riscos, e contam com (e compram/promovem/empregam) as reputações que conhecem – ou seja, compram ou não VOCÊ. No mundo moderno, você tem que controlar sua marca pessoal. Você tem que dar às pessoas um motivo para APOSTAREM EM VOCÊ.

GUARDE ISSO: VOCÊ NUNCA SABERÁ A VERDADEIRA IMAGEM QUE OS OUTROS TEM DO VOCÊ.