



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

No próximo mês, meus alunos de Secretariado Executivo Trilíngue tem uma tarefa, valendo a nota da quarta avaliação, que é planejar, organizar, administrar e executar o XI EXECUTIVE, que tem como tema "EMPREENDER: A ATITUDE DO MOMENTO". Vejam que o foco está neste assunto tão badalado neste momento de crise econômica que atravessa o país: EMPREENDEDORISMO. E o empreendedorismo leva ao assunto MARCA PESSOAL, porque todo empreendedor tem que ter uma MARCA, uma IMAGEM que marque a mente do consumidor e que atraia o mesmo para seu negócio.

Bem, então saibam que todos temos uma MARCA PESSOAL. Todos passamos nossa MARCA PESSOAL tanto no ambiente de trabalho como no pessoal. E tudo isso começa na universidade e se propaga para a vida profissional. Esse recado também é para você acadêmico. Sua MARCA PESSOAL tem tudo a ver com a IMAGEM PESSOAL que passa para todos. Entendam que, ela pode ser tanto uma BOA MARCA ou uma MARCA COM POUCO VALOR no mercado. A decisão está em suas mãos, ou melhor na imagem que está construindo enquanto está na universidade, que é o lugar onde PODE e DEVE ERRAR, sem esquecer de aprender com esses erros para ter erros novos no futuro.

O que vejo no dia a dia, tanto no mercado profissional quanto no ambiente acadêmico, é EMPREENDEDORES desconhecerem ou não levarem em consideração que seu trabalho e sua pessoa funcionam como uma MARCA e é esta que é "COMPRADA" em primeiro lugar pelo seu público-alvo.

Vamos fazer um paralelo entre as marcas comuns (as que existem no mercado de consumo – comércio, supermercados, etc) e as marcas pessoais (aqui incluso o SERVIÇO ou PRODUTO que você presta e entrega ao consumidor além da confiança e credibilidade que esse mercado vê em você). Imagine que você está num supermercado. O que lhe faz, enquanto consumidor, pagar mais por um produto (seu PRODUTO ou SERVIÇO) em detrimento de outro (do seu CONCORRENTE)?

Por que você compra um leite ou um detergente mais caro que a média dos outros produtos de mesma categoria? É claro que muitos fatores envolvem uma decisão de compra, no entanto, podemos garantir que um dos principais é a FORÇA DA MARCA. Você compra a marca A (mais cara) em detrimento da B por diversas razões, incluindo, principalmente, fatores emocionais. Todos nós fazemos isso todos os dias sem perceber. E os comerciantes sabem disso e usam esse fator para aumentarem suas vendas.

Mas o que fez essa MARCA para GANHAR NOSSA CONFIANÇA e fazermos pagar a mais por ela? Ela fez muita coisa. Em primeiro lugar, realmente o PRODUTO ou SERVIÇO deve ser muito bom, isto é, para sua categoria, ele deve entregar um bom VALOR AGREGADO. Além disso, algumas pessoas próximas a você podem ter falado bem dele, o que reforçou o que já sentia. A comunicação do produto inspira confiança e realmente entrega o que promete. Você pode usar esse produto há anos e nunca ter tido nenhum tipo de problema e assim por diante. Existem inúmeras razões para você gastar mais num produto (às vezes muito mais) do que em outro da mesma categoria.

Ora, se é assim com os produtos e suas marcas, porque não seria a mesma coisa com nossas MARCAS PESSOAIS (os produtos e serviços que entregamos)? Você já parou para pensar nisso? Não estou querendo lhe comparar a uma marca de detergente ou de um sorvete, nada disso. Mas reflita um pouco sobre isso. Qual o verdadeiro VALOR DE SUA MARCA hoje? O quanto você está VALENDO PARA O MERCADO? É claro que aqui não falamos de custo, pois isso seria irreal para pessoas, mas sim de VALOR. Lembre-se que o PREÇO é você que coloca em seu produto ou serviço. O VALOR quem coloca é o CLIENTE.



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Tudo isso irá refletir exatamente a força de sua MARCA PESSOAL e, conseqüentemente, o quanto seu mercado irá te pagar por seu PRODUTO ou SERVIÇO, aí sim, em valores monetários. Isso, independentemente se você for um colaborador de uma pequena ou grande empresa, EMPREENDEDOR ou PROFISSIONAL LIBERAL. Se você gerar valor real e souber comunicar isso ao mercado, pode ter certeza que sua MARCA PESSOAL terá um valor imenso! Acredite nisso E CUIDE DE SUA marca pessoal: ela é seu grande patrimônio empresarial e pessoal.

Agora pergunto o que você está fazendo para contribuir com a sua empresa ou seu negócio? Qual o valor você está gerando para as pessoas através de sua MARCA PESSOAL? Como poderia melhorar e ampliar o que tem feito ultimamente?

POR UM MOMENTO SEJA UM CLIENTE E RESPONDA: QUE PREÇO E VALOR VOCÊ DARIA PARA SUA MARCA? REFLITA E SE AVALIE.

Augusto Cesar tem MBA em Cerimonial, Protocolo e Etiqueta em Eventos Institucionais (www.augustolima.com.br), professor da UEPA para o curso de Secretariado Executivo Trilíngue, Chefe do Cerimonial da UFRA e Mestre de Cerimônias. CV: <http://lattes.cnpq.br/4932785716921679>.