



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

Hoje volto ao tema "MARCA PESSOAL", tendo em vista que vejo 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 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 sabão em pó 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.

Mas o que fez essa marca para ganhar nossa confiança e fazemos pagar a mais por ela? Ela fez muita coisa. Em primeiro lugar, realmente o produto deve ser bom, isto é, para sua categoria, ele deve entregar um bom valor. Além disso, algumas pessoas próximas a mim podem ter falado bem dele, o que reforçou o que eu 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 entrega)? Você já parou pra pensar nisso? Não estamos querendo lhe comparar a uma marca de pasta de dentes ou de um achocolatado, 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 (você sabe a diferença entre preço e valor?). O quanto você já entregou e tem entregado?

Isso irá refletir exatamente a força de sua MARCA PESSOAL e, consequentemente, o quanto seu mercado irá te pagar, aí sim, em valores monetários. Tudo 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 DIGITAL terá um valor imenso! Acredite nisso.



AUGUSTO CÉSAR

ESPECIALISTA EM CERIMONIAL, PROTOCOLO E EVENTOS INSTITUCIONAIS

augusto@augustolima.com.br

(91)9982-8013

www.augustolima.com.br

O que você está fazendo agora para contribuir com a sua empresa ou seu negócio? Qual o valor você está gerando para as pessoas? Como poderia melhorar e ampliar o que tem feito ultimamente? Lembre-se da definição de insanidade de

Einstein:

"Insanidade é esperar resultados diferentes fazendo sempre as mesmas coisas."

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

Leia este e outros artigos sobre Marketing, Oratória, Boas Maneiras e sobre Eventos na minha fanpage www.facebook.com/augustocerimonial e não deixe de curtir.