

MARKETING PESSOAL: VOCÊ É O PRODUTO

Elaine Aparecida de Farias¹

Michelle Muniz²

Patrícia de Oliveira³

Roselene Dias⁴

RESUMO

O artigo trata da necessidade de se vender o produto principal: “você”. Mostra de forma simples e objetiva uma forma de melhorar, de aprimorar, e de entendermos o marketing pessoal. Buscando valorizar suas qualidades e aprimorando-as a seu favor sempre que for necessário, de modo que obtenha satisfação de quem quer que seja. Podemos dizer, que o marketing pessoal que é na realidade a venda do produto que é “você”, esta direcionado, não somente ao apresentar-se para o trabalho, ele vai muito além disso. O marketing pessoal é utilizado em todos os momentos e locais de nossa vida. Você precisa vender sua melhor imagem a todo instante e em todo local, onde quer que esteja, e é para isso que o marketing pessoal está aí, para ajudá-lo a vender o seu mais precioso produto: “você”, ajudando-o a favorecer tudo aquilo que já há de bom em você, e assim satisfazer a todos com suas mais preciosas qualidades do ser humano, rumo ao sucesso em todos os sentidos da sua vida.

PALAVRAS-CHAVE

Marketing Pessoal, Pessoas, Produto e Sucesso

INTRODUÇÃO

O marketing foi criado com o intuito de regular as trocas comerciais, econômica e financeira. Já o Marketing Pessoal, molda o indivíduo, estabelecendo-o caminhos para alcançar o tão almejado sucesso. Portanto, marketing pessoal é toda ação que gera a possibilidade de sucesso a uma pessoa. É o ato de um indivíduo ir modificando seu comportamento e sua forma de agir, visando melhor posicionamento no mercado, em empresas que lhe interessam. Onde a

AUTORES

1 Discente do 4ºano de Administração das Faculdades Integradas de Três Lagoas..

2 Discente do 4ºano de Administração das Faculdades Integradas de Três Lagoas.

3 Docente Me. das Faculdades Integradas de Três Lagoas.

4 Discente do 4ºano de Administração das Faculdades Integradas de Três Lagoas.

pessoa se torna o produto e vende a sua imagem. Para isso é importante saber apresentar-se as pessoas, sempre cuidando da sua forma de vestir, comportar e falar.

É importante atentar-se que ao fazer seu marketing pessoal, deve-se ter o cuidado para usá-lo de forma positiva, trabalhando o mesmo a seu favor, desenvolvendo técnicas para divulgar sua imagem, sua competência e utilizar seus contatos para chegar onde deseja.

Algumas empresas buscam não só os funcionários com experiência profissional, mas aquele com capital intelectual e com ética, que definem o perfil profissional de seu futuro colaborador. Não adianta criar uma imagem falsa, pois podem descobrir que não existe a capacidade demonstrada, e com certeza perderá o emprego e qualquer possibilidade de indicação posterior.

Este trabalho será desenvolvido através de pesquisas bibliográficas, mostrando as principais ferramentas do marketing pessoal. Tendo como principais qualidades que se destacam no marketing pessoal, a: liderança, confiança, visão, espírito de equipe, maturidade, integridade, visibilidade, empatia, otimismo e paciência. Pois a mesma se bem trabalhada se torna uma ferramenta extremamente importante para se alcançar sucesso profissional, pessoal e social.

Segundo Santos (2002 p. 21)

... pode-se dizer que toda estratégia que leve a imagem do profissional (produto, pessoa) até o consumidor final, o cliente que no caso do produto pessoa é o patrão, amigos, colegas de trabalho, esposa, etc, é Marketing Pessoal.

Portanto, toda vez que você se expressa positivamente para algo ou alguém, está fazendo o seu marketing, vendendo a sua imagem.

Foi-se o tempo em que marketing pessoal era um instrumento político, falso, visando apenas uma conquista específica. Hoje, para avançar em meio à verdadeira selva social em que se transformou o capitalismo, ele vem se tornando uma ferramenta cada vez mais necessária para todos, do mais simples ao mais sofisticado.

1- IMPORTÂNCIA DO MARKETING PESSOAL

As empresas atualmente analisam muito além das experiências de um

profissional, elas querem pessoas capacitadas, mas de grande ética, com capacidade de liderar e inspirar pessoas, motivando todos à sua volta. Além de pessoas que consigam também se auto-motivar, e todas estas características fazem parte do Marketing pessoal.

Tome muito cuidado para não se perder no caminho, seja sempre verdadeiro e ético. Ao utilizar Marketing pessoal é muito fácil ser tentado a mentir sobre o que você realmente é, e isso acaba sendo facilmente descoberto.

Conforme Santos (2002), trabalhar a sua imagem de forma adequada, é uma competência em si. Toda a atitude gerada reflete no produto: "você". Contudo, deve-se transmitir aquilo que é considerado uma boa imagem, e lembre-se: "a primeira impressão, é a que fica". Dar atenção a todos sem distinção nunca é investimento sem retorno, pelo contrario ao se tratando de marketing pessoal a maneira de tratar os outros pode ser considerar um investimento bem lucrativo.

Vivemos em um tempo, em que a embalagem do produto, é sim o que se compra primeiro, daí, necessidade de melhorá-la constantemente de lapidar suas habilidades de mostrar o seu diferencial entre o demais concorrentes, devemos estar atentos para as ferramentas utilizadas para nos qualificar e diferenciar perante os demais profissionais.

A Embalagem é importante, mas sempre deve ser acompanhada de um produto de qualidade, este produto é você, deve-se sempre atentar para a apresentação pessoal e forma de comunicação, pois esse será o seu cartão de visita.

Dias, et. all..(2003, p. 478):

...os planos de marketing não servem apenas para transmitir informações, mas também para vender idéias, eles devem ser persuasivos. Os melhores planos de marketing, não se limitam a relatar fatos, mas fornecem argumentos convincentes, justificativas sólidas e projeções de resultados desafiadores. Alguém que lê um plano de marketing deve pensar: "Estas idéias são ótimas.

Conforme Costa. (2002, p. 17)...

a diferença que faz maior ou menor sucesso está na ATITUDE. A seleção dos melhores ocorre quase sempre por suas atitudes, raramente por suas habilidades. Esta é uma ótima razão para você elaborar seu Plano de Marketing

pessoal e renová-lo periodicamente.

Agir de forma a compreender que você não trabalha para os outros, mas sim para si próprio. O ideal é criar uma imagem positiva para si mesmo, a fim de acreditarmos em nós antes mesmo de qualquer outra pessoa.

Gentileza, atenção, objetividade, honestidade, são atitudes tão importantes quanto os cuidados com sua aparência física. Não deixando que a timidez, nos impeça de apresentar as qualidades. Demonstrar iniciativa, interesse, persistência e motivação em tudo que faz desta forma as pessoas o seu redor notaram sua força de vontade e prazer em realizar uma determinada atividade.

2- ELEMENTOS FUNDAMENTAIS AO MARKETING PESSOAL

Minarelli (2009, p. 93), “Com inteligência e equilíbrio, a comunicação estruturada é uma maneira de se manter vivo na memória das pessoas para as quais você já prestou serviço ou de desenvolver novos clientes”.

A partir dessa reflexão, podemos dizer que, na dose certa e de forma planejada, podemos desenvolver uma imagem positiva, fazendo-se presente na memória das pessoas, e assim sempre será lembrado como uma pessoa agradável e cordial.

Por melhor que seja a sua primeira impressão, ela é superficial. Se você foi sorridente e educado, pensarão que é “simpático”. Se falar duas ou três coisas interessantes, poderá sair com a imagem de “inteligente”. Se estiver bem vestido e exalar um bom perfume, será lembrado como “bem-sucedido”. Enfim, a pessoa recebe um ou mais rótulos, em função do seu desempenho naqueles poucos segundos, minutos ou horas em que se relacionou (MATARAZZO, 2002, p.15).

3- DESAFIOS DA COMPETITIVIDADE

A sociedade dita os padrões de competitividade. E nem todos temos as mesmas habilidades, e para prosperarmos na nova era, temos que superar certos desafios: positividade, flexibilidade, organização, criatividade, inovação e foco (NELSON EDUARDO PEREIRA DA COSTA, 2002).

Conforme Padilha (2002) uma recente pesquisa conduzida pelo Jornal

Wall Street que revelou que 75% das pessoas entrevistadas acreditam que a melhor maneira de ganhar visibilidade no trabalho é criar contatos internos e externos e procurar tarefas desafiadoras. A pesquisa foi realizada com empresas e profissionais responsáveis por processos de seleção. "Quanta pessoa se conhece ao longo da vida, a maioria teve um papel secundário, como colegas de colégio, faculdade, trabalho, curso de inglês, academia, clube etc." (PASSOS, 1999, p.14). Trabalhando o marketing pessoal pode-se deixar de ter um papel secundário e passar a ser o protagonista de sua história e de muitas outras.

Para se destacar através do marketing pessoal é necessário entre outras, coisas:

- **POSITIVIDADE:** Esteja próximo de pessoas positivas, que contribuam para o seu bem estar. Evite pessoas negativas, e caso não consiga não se influencie com energia negativa de pessoas negativas.

- **FLEXIBILIDADE:** Para alcançar sucesso dentro da organização, o funcionário tem que compreender e aceitar mudanças, abraçar novas idéias e buscar aliados para o sucesso.

- **ORGANIZAÇÃO:** Organizar-se, trabalhar e ir em busca do que realmente é importante.

- **CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO:** Esse é o diferencial de um indivíduo dentro de uma organização. Ser criativo é ter idéias diferentes, novas e solucionar problemas. E ter coragem de ousar sem medo de errar.

- **FOCO:** Coisas boas acontecem quando se inicia coisas novas e para isso você precisa saber o que realmente quer e espera alcançar na vida.

3.1 MARKETING PESSOAL SEM TROPEÇOS

A necessidade da gestão de carreira e da implantação de um plano de marketing pessoal está se tornando uma unanimidade. A maioria dos profissionais estão investindo nisso para alavancar sua carreira, independente da área de atuação, sejam professores universitários, executivos ou empresários, todos concordam com a importância de ter um plano de marketing pessoal para gerir

suas carreiras (SANTOS, 2002).

No entanto, apesar disso, poucos são aqueles que realmente conseguem transformar esta convicção em uma atitude prática, pois o marketing pessoal não é tão simples como parece.



Fonte: www.opne.com.br/marketing_pessoal1

3.2 DICAS DE MARKETING PESSOAL

Em função da falta de ação de muitos profissionais, resolvemos apresentar uma série de dez razões, todas importantíssimas, para motivar aqueles que ainda não resolveram desenvolver seu plano de marketing pessoal a fazê-lo agora. Já foi dada a largada para a corrida pelas melhores oportunidades de mercado, e quem não se antecipar acabará ficando para trás.

- Desenvolva a sua capacidade de liderança;
- Crie uma imagem de confiança;
- Amplie sua visão de mundo (atualize-se);
- Trabalhe em equipe;
- Seja otimista;
- Tenha empatia;
- Esteja disponível; (colabore sempre que necessário)

- Apresente resulta; (a empresa não contrata quem cruza os braços e espera acontecer)
- Cuide da sua imagem; (é seu cartão de visita)
- Crie canais de eficientes de comunicação; (email, telefone.)
- Seja único.

Tudo que você fizer, pode ajudar ou atrapalhar sua carreira. Por isso o marketing pessoal pode ser usado ou de maneira escandalosa ou de maneira discreta, envolvendo a demonstração da sua melhor imagem, dentro e fora da empresa.

Deve-se atentar a algumas atitudes, que são de extrema importância e necessidade, para se alcançar com méritos e glória, o tão almejado marketing pessoal. O marketing pessoal envolve: planejamento, preparação, persistência, argumentação e comunicação, trabalho em equipe, liderança, paixão, coragem, influência, aparência e imagem, atitude mental, companhia, ambiente, carisma pessoal, divulgação, trabalho. Seja o melhor em sua área, ou no mínimo um dos melhores que existam. Faça com que o mercado saiba que você faz a diferença.

3.3 10 PASSOS PARA UMA REFERÊNCIA POSITIVA

Construa uma imagem de credibilidade e profissionalismo, tornando seu produto (ele mesmo) atrativo para os consumidores (os entrevistadores).

- 1- **Higiene Pessoal**- Cuidados diários são essenciais, higiene é tudo.
- 2- **Ser comunicativo**- Com clareza e objetividade, não fale demais, mais fale. Trate todos de forma gentil, você nunca sabe com está falando, e nem quem esta pessoa pode ser tornar no futuro.
- 3- **Organização** – Manter seu local de trabalho organizado, isso facilita seu dia-a-dia.
- 4- **Ser Pontual** – Cumpra seus horários, chegue sempre minutos antes de qualquer compromisso.
- 5- **Ser Flexível** – De acordo com a necessidade da empresa, você deve se moldar ao que está sendo necessário no momento.
- 6- **Ser Funcional**- Além de boa aparência, ser comunicativo, esteja sempre motivado, (nada pode atrapalhar seu caminho) e mostrar que seu trabalho é de qualidade.
- 7- **Saber a hora de aparecer** – Só chame a atenção para si, no momen-

to necessário, não tente aparecer quando não for solicitado.

8- **Estudar sempre** – Se atualizar constantemente é fundamental para qualquer pessoa.

9- **Ter contatos** – É necessário ter sempre uma rede de contatos atualizados.

10- **Ser realmente quem diz ser**- Nunca finja ser quem você não é, em algum momento seu real ser irá aparecer. Não adianta dizer que é bom! Precisa mostrar isso ao mercado.

Não adianta pensar em marketing pessoal, sem também pensar em networking, profissionalismo, vendas, moda, boas maneiras, educação, tecnologia, aparência, atualidades. Tudo está interligado de alguma forma.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude de tudo que foi mencionado no artigo, percebe-se a importância do marketing pessoal na vida de qualquer indivíduo que almeje o sucesso. Onde ele se torna o produto, e como todo produto ele tem embalagem e conteúdo.

O marketing pessoal trabalha de forma a criar uma marca única e autêntica de cada pessoa. Para isso sem sombra de dúvidas, é necessário criatividade, coragem, estratégia, ousadia, ética, paixão e valorizar a imagem que se pretende transmitir.

Através do marketing pessoal, pode-se vender a sua imagem como profissional, sabendo utilizá-lo ele se transforma em uma ferramenta poderosa para trabalhar a imagem de forma positiva.

O interesse do Marketing Pessoal é você conseguir passar uma imagem mais controlada em relação ao que quer que os outros vejam de você. Desde que seja algo verdadeiro, pois normalmente a primeira impressão é a que fica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CONVIDADOS, Professores do Departamento de Mercadologia da FGV- EAESP e. Gestão de Marketing. Saraiva, 2003.

COSTA, Nelson Eduardo Pereira. Marketing Pessoal. Goiânia: 2002.

MATARAZZO, Cláudia. Etiqueta sem frescura, etiqueta sem frescura. São Paulo:

Melhoramentos, 2002.

MINARELLI, José Augusto. Inteligência Mercadológica. São Paulo. Gente, 2009.

PADILHA, Ênio. Marketing pessoal & imagem pública. Balneário Camboriú, 2002.

PASSOS, Alfredo & NAJJAR Eduardo Rienzo. Carreira e Marketing Pessoal da Teoria à Prática. São Paulo: Negócio, 1999.

SANTOS, Ligida. Marketing Pessoal e Sucesso Profissional. Campo Grande: UCDB, 2002.

-www.futurosadm.wordpress.com. acessado em: 20/10/2011 as 18:35.

-www.mulherdeclasse.com.br/marketing_pessoal. acessado em: : 20/10/2011 as 20:05.

-www.opne.com.br/marketing_pessoal1. acessado em: 20/10/2011 as 20:37.