

Marketing Pessoal

Publicado no Jornal de Piracicaba em 05/02/2017

O marketing é atualmente um termo muito difundido e utilizado com um grande escopo de significados. As ações de marketing vêm sendo aplicadas na gestão de imagem e planejamento de carreira no mundo todo, sendo esse procedimento uma tendência dentro da sociedade moderna.

O marketing foi compreendido durante grande parte de sua existência como algo destrutivo, manipulativo, invasivo e pouco profissional.

Concebe-se que o marketing é utilizado com exclusividade pelas empresas com fins lucrativos, o que não procede, pois também pode ser usado por outros tipos de organização e mesmo por profissionais liberais. O marketing é cabível sempre que uma unidade social, um indivíduo ou uma empresa procuram trocar algo de valor com outra unidade social. Nessa concepção, o marketing envolve atividades de troca em busca de facilitar a satisfação de necessidades e desejos humanos.

Embora apresente grande semelhança com o marketing de produtos, o marketing pessoal tem suas especificidades, e isso requer atenção para o fato de que as abordagens e técnicas de marketing que deram certo em outros ramos de atividade não funcionarão automaticamente para promovê-lo. São várias as estratégias que podem ser adotadas para auxiliar no posicionamento pessoal. Comento apenas sobre a importância da embalagem no marketing pessoal. Os profissionais de marketing levam muito a sério a embalagem, porque ela pode oferecer uma vantagem competitiva diferenciando-o dos outros que estão disponíveis.

A embalagem influencia as atitudes e opiniões dos compradores de um produto, o que significa que pode também influenciar a decisão de comprá-lo. Alguma vez voltou a determinado caixa no

supermercado porque a funcionária era mais amigável e mais prestativa que outros funcionários? Se ela sabe isso ou não, a “embalagem” dela o atraiu. Aparência e atitude influenciam a forma como as outras pessoas o veem. O modo como se apresenta para os potenciais empregadores e outros entrevistadores podem influenciar a capacidade deles de diferenciá-lo de outros candidatos e isso pode afetar sua decisão sobre selecioná-lo.

De maneira similar, o modo como outras pessoas o percebem determina como elas reagirão. A percepção é moldada em parte por sua atitude. Sua atitude é o que pensa ou sente sobre alguma coisa. Manter sua própria embalagem positiva requer o reconhecimento de suas atitudes, controlar as atitudes negativas e desenvolver as positivas.

Ter uma aparência agradável é importante, pois esse aspecto é um ponto positivo a mais para as pessoas confiarem no profissional, além de transmitir uma imagem que reflete o perfil dele.

Pesquisa realizada pela consultoria Robert Half (2015) aborda a importância da imagem no ambiente corporativo com 1.775 diretores de Recursos Humanos de 19 países, sendo 100 brasileiros. A pesquisa revelou que a maioria dos funcionários no Brasil se veste de forma inadequada para trabalhar, 54% dos diretores brasileiros afirmaram que viam os colegas malvestidos com certa frequência, sendo que a média mundial foi de 42%.

Alguns pontos devem ser considerados para a promoção da autoimagem do profissional, tais como: aparência física – atenção aos detalhes sobre como trata de seus cabelos, pés, pele e unhas, acessórios e roupas devem estar em dia –; linguagem corporal, ou seja, o modo como se porta não se deve esquecer de que o corpo fala; ser organizado com o tempo e suas tarefas.

Entende-se que em toda ação de marketing, é necessário que a pessoa esteja vendendo algo para que possa fazer seu marketing

peçoal: uma ideia, um produto, um serviço ou suas aptidões profissionais.

O marketing pessoal requer planejamento e avaliação constante, pois, sua imagem, fala e posturas devem estar alinhadas a seu propósito.