

7 Ideias para...

A sua marca pessoal é uma percepção ou emoção, que alguém desenvolve em relação à experiência de se relacionar consigo. Uma marca forte, independentemente do seu âmbito profissional ou pessoal, deve ser clara naquilo que pretende comunicar.

Para mais informações, por favor contacte-nos através do e-mail marketing@wilsonlearning.com.pt

Criar a sua própria marca

- 1. Marca Distinta.** A sua marca representa ou defende algo único e específico. A sua marca pessoal revela a sua opinião, ponto de vista e perspectivas em relação a algo que tem interferência na sua vida e na vida dos seus interlocutores, sejam eles amigos, vizinhos, colegas de trabalho, superiores hierárquicos, etc.
- 2. Marca Relevante.** Ao representar algo, uma ideia, uma opinião, a sua marca deve relacionar-se com o que é de facto importante para os seus interlocutores. Deve, acima de tudo, sublinhar os aspectos mais importantes na comunicação da mensagem e deve trazer informação relevante e pertinente para os seus interlocutores.
- 3. Marca Consistente.** As pessoas depositam confiança em si, na relação consigo e, conseqüentemente, na sua marca, se os seus comportamentos forem consistentes ao longo do tempo. Para manter consistência, a sua marca deve ser fiel aos seus valores e princípios, e estes devem manter-se intactos na sua comunicação de marca.
- 4. Marca Competente.** A competência da marca traduz-se na eficácia com que o seu papel ou missão é realizado. Este nível refere-se aos actos que desenvolve para satisfazer as expectativas dos seus interlocutores. Acontece, por vezes, que o seu papel ou missão não é único, mas sim uma combinação de vários papéis. Pode ser o vizinho e chefe ao mesmo tempo. A sua competência irá traduzir-se na forma como desenvolve a sua missão junto das outras pessoas.
- 5. Padrões da Marca.** Os padrões representam a forma como faz as coisas acontecerem. A sua imagem de marca deve ser específica, focando-se nos padrões de comunicação da marca, pois estes padrões traduzem o nível de qualidade da sua performance, desenvolvida de forma consistente ao longo do tempo.
- 6. Estilo da Marca.** O Estilo é único e pessoal e representa a forma como se relaciona com os outros, como comunica e interage com os seus interlocutores. O estilo traduz-se na personalização das suas competências dentro do contexto dos seus padrões de performance.
- 7. Criar e Viver a Marca.** Para que a sua marca pessoal possua os alicerces para garantir a eficácia da mensagem que pretende comunicar, experimente responder às seguintes três questões: 1) Qual é o propósito da sua marca pessoal?; 2) O que pretende criar, qual é a sua visão?; 3) Quais são os valores que irão fundamentar a sua marca pessoal?